

الدعاية السياسية والاستعلام

د. مصطفى الحفناوي

الدعاية السياسية والاستعلام

تأليف

د. مصطفى الحفناوى

وزارة الثقافة



وزارة الثقافة



الهيئة العامة لقصور الثقافة

• الدعاية السياسية والاستعلام

• تأليف: د. مصطفى الحفناوي

• تصميم الغلاف:

د. خالد سرور

طبعة هيئة قصور الثقافة ٢٠١٢

الهيئة العامة لقصور الثقافة

• رقم الإيداع: ٢١٨٢ / ٢٠١٢

• الترقيم الدولي: 978-977-718-189-6

التجهيزات والطباعة:

شركة الأمل للطباعة والنشر

ت: 23904096

المتابعة والتنفيذ

فاروق الحبالي

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

لم يعد الحكم هواية ، أو سلطة يتقلدها الذين يتصدون لقيادة الجماهير بالحناجر وشقشقة اللسان ، بل الحكم أمانة توضع فى أيدى ذوى المواهب ، والذين يتخصصون فى فنونه وينالون من المعرفة السياسية والدراية بأصول الحكم حظا موفورا . ولا تقوم سلطة لحاكم ، إلا على أساس من اقتناع بأنه أقدر من غيره ، على خدمة المحكومين ، وتوزيع العدالة الاجتماعية بينهم بالقسطاس المستقيم ، وسيان أن يكون الحكم « اوتوقراطيا » ، أو ديموقراطيا ، فلا غناء للحاكم عن الاستناد إلي رأى عام .

وفى الحياة الدولية ، تشابكت العلاقات بين الدول ، وهناك مايسمى بالجماعة الدولية ، وكل دولة عضو فى هذه الجماعة ، ولها حقوق وعليها واجبات ، وهى لاتستطيع أن تباشر وظائفها فى السلم والحرب ، إلا إذا اكتسبت ثقة العالم المتمدن

بها ، ونالت من الاحترام والتقدير وحسن الظن بنياتها ، مايكفل لها التغلب على مشكلاتها ، والدول الصغيرة كالكبيرة محتاجة إلى مؤازرة الرأى العام العالمي .

ومن أجل ذلك أضحت الدعاية السياسية من أهم وظائف الدولة ، إن لم تكن أهمها على الاطلاق ، ولا تنجح الدعاية إلا إذا صادفت التربة الصالحة ، وكانت الظروف أمامها مهيأة ولذلك تسبق الدعاية الاستعلامات ، والحصول على الأنباء من أوثق المصادر ، ومراقبة الفلك الذى تسير فيه الدولة ، فى شئونها الداخلية والخارجية مراقبة دقيقة مبنية على علم غزير ، وتمرس طويل . ولذلك أضحت « الاستعلامات والدعاية السياسية » فى المكان الأول من نشاط الدولة الحديثة والقائمون بهذا العمل ، كالكيمائيين ، والعلماء الذين يعيشون في معاملهم ، ويضعون كل ظاهرة تحت مجهر دقيق ، ويحللون ويجرون التجارب العلمية ، وينتهون إلى نتائج ، ويوجهون سياسة الدولة تبعا لذلك كله . وما من دولة كبيرة أو صغيرة إلا وعندها وزارة دعاية أو وزارة إرشاد ، أو إدارات استعلامات ضخمة .

وليس من الممكن أن يعتمد فى تلك الوزارات والادارات على الهواة . بل يباشر تلك المهام الجسام خبراء ومتخصصون ، يلمون بشتى العلوم والفنون ، ويحذقون « الدعاية السياسية والاستعلام » بوجه خاص ، وأولئك هم العدة التى يعتمد عليها نظام الحكم ، كما يعتمد على الجيش والبوليس مثلا .

وقد كان الغرب سباقا فى هـذا المضمار ، وكانت تجارب الحروب التى خاض غمارها ، فى القرن العشرين ، مناسبات فذة ، لتنمية حصيلته وتهذيب أجهزته ، وجعل أساليبه ملائمة لاحتياجاته ، وهناك يختارون الموهوبين ، الذين تظهر عليهم بشائر الاستعداد لهـذا العمل ، ويلحقونهم بمعاهد خاصة ، وجامعات كبيرة ، يرتوون من مناهلها العذبة ، ويتخصصون فى الاستعلامات والدعاية السياسية .

وإنه لمن يمن الطالع ، أن عنى معهد العلوم السياسية بجامعة القاهرة ، بهـذا اللون من المعرفة ، وجعـل الاستعلامات والدعاية السياسية ، ضمن المواد التى تدرس فيـة ، وسوف يغذى هذا المعهد ، جهاز الدولة السياسي بالخبراء والمتخصصين وسوف يسد فراغا ، يشعر به الذين اتصلوا بوزارة الخارجية وعرفوا شيئا عن نشاط السلك السياسى المصرى فى الخارج .

وقد شرفنى معهد العـلوم السياسية إذ أسند إلى تدريس هـذه المادة ، ووضعت لطلابه مذكرات ، لاتفى بالغاية ، ولـكنها بداية ، تفتح الطريق للبحث والتعمق . وأشير على أن أجعل من هذه المذكرات مؤلفا قصيرا أقدمه للمـكتبة العربية ، حتى تـكون الفائدة أعم ، وقد استجبت لهذا الطلب ولـكن قرب موعد الامتحان ، حال دون إتمام البحث وتهذيب ما كتبت ، على أن هذه النواة قابلة للنمو فى طبعات تالية ، إن شاء الله .

ولا تقتصر الحاجة لهذه الدراسة على بلادنا العزيزة ، بل إن سائر البلاد العربية ، التي تطورت علاقاتها السياسية ، وتعقدت مشكلاتها ، بعد الحرب العالمية الثانية ، لاتستطيع أن تلعب دورها فى الحياة الدولية ، إلا إذا توفر لها العدد الكافى من المتخصصين ، وبنت إدارات الاستعلام والدعاية السياسية عندها ، على أسس فنية صحيحة .

أرجو أن أكون ، بهذا الجهد المتواضع ، قد قمت ببعض مايجب على ، وأدعو الله العلي القدير ، أن يسدد خطانا ويهىء لنا من أمرنا رشدا .

دكتور

مصطفى الحفناوى

القاهرة فى : ٦ شعبان سنة ١٣٧٣
٩ ابريل سنة ١٩٥٤

القسم الأول

الدّعاية

الفصل الأول

عصر الدعاية

نحن نعيش فى عصر الدعاية . وكل فرد يتأثر بالدعاية التى تتابعه وتحيط به فى كل مكان يغشاه ، منذ ابتداء يومه إلى نهايته ، أيا كان المجتمع الذى يعيش فيه ، وأيا كان حظه من الثقافة والمعرفة . والدعاية تلقى إليه فيما يسمع من أخبار وأقاصيص أو يطالع من صحف ومجلات وكتب وروايات أو يرى فى دور الخيالة ودور التمثيل بل وفى المتنزهات ، والأندية التى يقضى بها ساعات فراغه .

والدعاية قوة جبارة تحرك الأفلاك، وإن اختلفت أنظمة الحكم وطرائقه ، فى البلاد الديمقراطية كفرنسا والولايات المتحدة ، وفى روسيا وبلاد ماوراء الستار الحديدى ، على حد سواء . ولهذه القوة خطرها فى أوقات السلم ، وهي أشد خطرا فى أزمنة الحرب . وبالدعاية وجد مايسمى بالتجنيد الفكري ، كما كان الحال فى ألمانيا النازية . وقد عاشت عشر سنوات تحت راية الصليب المعكوف ، وكان الفرد لايتحرك أو ينطق إلا ويقول : « هايل هتلر » وذكريات

الحرب العالمية الثانية مازالت شاخصة أمامنا ، فالقرن العشرين هو بحق عصر الدعاية ، بكل مافى الكلمة من معان .

فى سبتمبر سنة ١٩٣٩ اشتعل وقود الحرب ، بعد أن وصلت حرب الأعصاب حد الذروة ، وقبل ذلك بعام ، أى منذ أزمة « ميونيخ » كانت أوروبا من خوف الحرب فى حرب ، وكانت أبواق الدعاية تلقى الرعب والفزع ، وتبشر بأن الحرب آتية لامحالة ، وكانت تعمل طبقا لخطط موضوعة ، وبرامج مدروسة دراسة فنية دقيقة . ولما وقعت الواقعة ، وكان أمر الله مفعولا ، ظهرت مكاتب وإدارات الدعاية المدنيـة والعسكرية ، وأغرقت الكرة الأرضية بمطبوعاتها ونشراتها وإذاعاتها وغير ذلك من أساليب الدعاية والاعلان .

ومما هو جدير بالذكر ، أنه عند ماحمي وطيس الحرب العالمية الثانية، كانت الدعاية من الجانبين توحى بأنها ستكون حربا طويلة الأجل ، وستحيق أهوالها وويلاتها بالشعوب قاطبة ومن غير استثناء . وكانت الحالة العسكرية فى سنة ١٩٤٠ متوقفة على مصير شعوب أوروبا التي غزاها الألمان ، وفى أى ميدان تقف هذه الشعوب ، وفى هذا تبارت أجهزة الدعاية ، فالألمان كانوا يحاولون تطمين هذه الشعوب ، ويعدونها بمستقبل فيـه السلامة والاستقرار والرخاء والسعادة ، إذا ماكسبوا الحرب ، وحلفاء الغرب كانوا

يستنفرونها للمقاومة السرية ، مؤكدين أنهم سيكسبون المعركة الأخيرة ، ويعيدون بناء العالم وفق ماتنشده الشعوب المحبة للحرية وللسلام .

ومع أن ألمانيا احتلت أكثر رقاع أوروبا ، إلا أنها ، وقعت فيما وقع فيه نابليون بونابرت قبل قرن ونصف قرن من الزمان ، فانها لم تؤمن نفسها ضد تألب الشعوب المحتلة عليها ، ولم تستطع أن تعول على معونة هذه الشعوب ، وكان عليها أن تكشف عن نواياها واتجاهاتها بصدد نظام أوروبا الجديد .

وكان هتلر قد أعلن ، قبل الحرب ، مراراً وتكراراً ، أنه سيخلق عالما جديدا ترفرف عليه أعلام السلام والأمن طيلة بضعة قرون ، وقال أن هذه الرسالة العظيمة قد وضعتها العناية الالهية على كاهل ألمانيا ، ولكن هذا الكلام لم يكن أكثر من عبارات رنانة أريد بها إلهاب عواطف الشعب الألماني ودفعه إلي ساحات الوغى ، وأما بالنسبة للشعوب الأخرى ، فقد تشككت كثيرا فى نيات ألمانيا النازية لأن الدعاية الألمانية قد تورطت فى التنويه بالعنصرية والدم الآرى وما أشبه ذلك واستغل خصوم ألمانيا فى دعاياتهم تلك المسائل .

وقد نجحت دعاية الحكومة البريطانية فى منع بريطانيا

من التسليم بعد أن سلمت فرنسا ، فطالت الحرب حتى دخلتها روسيا والولايات المتحدة الأمريكية ضد ألمانيا ، وعندئذ تبدد الكثير من آمال دول المحور ، وكان على الدكتور جوبلز وأعوانه أن يجدوا حسب تطورات الحالة العسكرية مادة جديدة لحفظ معنوية الشعب الألماني وللتغلب على المقاومة السرية فى البلاد المحتلة ، وللفت فى عضد الأعداء أنفسهم ، وقد اهتدى جوبلز لموضوع ، لم يكن من بنات أفكاره ، ألا وهو موضوع وحدة جغرافية حول ألمانيا ، وقد سبق أن كتب فيه الجنرال **Karl Haushofer** الذى اقتبس فكرة الوحدة الجغرافية مما كتبه **Sir Alfred Mac Rinder** عن الوحدة الجغرافية الانجليزية ، وأراد جوبلز أن يحيي مشروعات **Stein** ، **Humbolt** ، **Hardenberg** ، **Arndt** وغيرهم ممن رأوا أن مركز ألمانيا الجغرافى وتاريخها يكفلان لها أن تبني وحدة ألمانية بامتداد نهر الراين ،وأنه لاسبيل للقضاء على المنافسات بين دول أوروبا إلا أن تكون لها حكومة مركزية عاصمتها برلين ، فاذا كسبت ألمانيا الحرب فان أوروبا كلها هى التى تكسب الحرب وتقضى على كل خصومة مستقبلة ، وتكفل الخير والسعادة للأوروبيين جميعا ، فالنظام الأوروبى الموعود هو تحويل أوروبا إلى منطقة تشترك شعوب أوروبا فى إسعادها ، وهذا التفكير

نفسه كان يردده اليابانيون بالنسبة للشرق الأقصي . ويبدو أن هذه النظرية التي أخرجها جوبلز في ثوب قشيب وجدت تربة صالحة بالنسبة لفريق كبير من المثقفين في البلاد المحتلة ، وهم أولئك الذين كانوا ، من قبل ، قد فقدوا ثقتهم في الحرية السياسية والاقتصادية ، وآمنوا بفشل الديمقراطية .

ومع ذلك فشلت ألمانيا في توحيد أوروبا تحت لواء دعوتها ، فلم تستطع أن تنتزع من عقول الأوروبيين الاتهامات التي كان يوجهها حلفاء الغرب لألمانيا النازية في دعاياتهم المؤثرة وقيل إن تلك الفلسفة الألمانية ليست إلا مخدرا أريد به تبرير الغزو وتأمين ظهر الجيوش الألمانية . ولذلك وبعد احتلال أربع سنوات نجحت دعاية حلفاء الغرب في خلق ثورات في أوربا ضد الألمان ، وكانت تغذى تلك الثورات بواسع الآمال ، وتثير نار العداوة والبغضاء ضد الجنس الألماني ، وقد لعبت محطة الاذاعة البريطانية "B.B.C." British Broadcasting Corporation دورا خطيرا في إيقاد تلك النيران . وكانت بريطانيا ملجأ الحكومات المنفية ، وقد خصصت محطة إذاعتها براع للصحفيين ولكبار الشخصيات من مختلف شعوب أوروبا لمخاطبة مواطنيهم بلغاتهم ، واستثارتهم ضد المحتلين ، وتمنيتهم بالنصر .

وإلى جانب هذه الاذاعة رتبت أمريكا إذاعة « صوت

أمريكا » الذى كان أقل تأثيرا من الاذاعة البريطانية ، واستعملت سلطات الاحتلال كافة الوسائل لمنع الاصغاء لتلك الاذاعات ، حتي كانت تصادر أجهزة الراديو ، ولكنها لم تفلح .

وقد نجحت الأذاعة البريطانية ، فى خلق شخصيات سياسية لم تكن معروفة من قبل ، فمثلا حتى شهر مايو سنة ١٩٤٠ لم يكن الشعب الفرنسى قد سمع عن رجل يقال له « ديجول » وعلى غير انتظار ، وبعد أن ركعت فرنسا تحت أقدام الفرق النازية ، سمع الفرنسيون من محطة الاذاعة البريطانية فى ١٨ يوليو سنة ١٩٤٠ ، صوت «ديجول» مناديا : « لقد خسرت فرنسا معركة ، ولـكن فرنسا لم تخسر الحرب » وأضفت الأذاعة البريطانية صفات العبقرية عليه ، وكان جهاز الأذاعة وسيلة الاتصال الوحيدة بين حلفاء الغرب وبين الشعوب التي احتلت أراضيها بقوات المحور . وهكذا كانت ترتب البرامج اليومية لكل شعب علي حـــدة ، فبرنامج لفرنسا ، وآخر لبلجيكا ، وثالث لبولندا ، وكلها كانت تردد نغمات متشابهة

ومن أساليب الدعاية البريطانية ، في أثناء الحرب استخدام الرموز فى احياء الشعور والدعوة إلى الثورة ، ومن الرموز المعروفـة ، حرف V وقد شاع استعماله في أوربا ، حتي كان الفرنسيون ينقشونه علي الجدران ، وعلي الأوانى الزجاجية ، وفى كل مكان ، إلى أن ضاق الألمان بهم ذرعاً ،

ولما فشلت حملات البوليس في مكافحة هذا الحرف ومنع استعماله اضطر الألمان أنفسهم لنقشه على عربات الجيب التي تنقلهم ، لكي يجعلوه عديم الفائدة .

وكان الألمان بدورهم ، يقومون بدعاية واسعة النطاق ، مبرهنين على فشل الديمقراطيات ومستغلين أخطاء الدول الاستعمارية ، وعجز ميثاق « فرساى » عن إقرار السلم فى العالم ، وردا على هذه الدعاية ، أراد الانجليز والأمريكيون إقناع شعوبهم بمستقبل الديمقراطية وإيهام الشعوب المتعطشة للحرية ، بأن هذه الديمقراطية هى التي ستكفل لهم حياة طيبة فى عالم تسوده الحرية والأخاء وينتفى فيه الجوع والخوف ، ومن أساليب الدعاية التى استعملت ميثاق «الأطلنطى» الذى وقعه روزفلت وتشرشل في أغسطس سنة ١٩٤١ وقد حاول هؤلاء الاستفادة بتجارب الماضى،فاتخذوا من نقط «ولسون» الأربعة عشر أساسا للميثاق ، وتقمصوا مسوح الكهنة وبشروا بجامعة أمم جديدة تظل العالم بالحريات الأربع المقول عنها ، وفهموا فى هذه المرة أن النظريات وحدها لاتكفى للظفر بثقة الشعوب وتأييدها ، فتناولت الدعاية المصالح الاقتصادية التى ترجوها الشعوب ، وكان القائمون بالدعاية لايجدون مشقة فى مخاطبة الشعوب الأوربية التى احتلت أراضيها ، ذلك لأن تلك الشعوب كانت لها قضية واحدة ضد الغزاة ، ولكن الدعاية التى كانت تسلط على البلاد غير المحتلة

كانت تعانى مشقة ، وتحتاج إلى مهارة ودقة بسبب تعارض المصالح ، خصوصا وأن الروسيا وهى صاحبة أنظمة سياسية معادية في أساسها لديمقراطيات الغرب، كانت تقف مع الغرب فى ميدان واحد ، وكانوا يعملون على مفاداة الاصطدام بمبادئها ، وأما الدعاية التى سلطت على الشعب الألمانى نفسه ، فقد ظلت فى حيرة وتردد إلى سنة ١٩٤٣ ثم بدأت تهدد هذا الشعب بالويل والثبور إذا لم يتمرد على زعماء النازى ، وكانوا يعدونه بالانتفاع بالمبادىء الانسانية التى وردت فى ميثاق الأمم المتحدة إذا هو استطاع أن يقوم بالثورة ضد النازى ، ومع ذلك لم تفلح هذه اللغة ولم تثمر لأن الألمان كانت لهم مثالية تربطهم « بهتلر » ولأنهم قد خدعوا وغشوا فى سنة ١٩١٩ وخافوا أن يلدغوا من نفس الجحر مرتين ، وقد دل الحلفاء على قصر النظر فى دعاياتهم إذا لم يدركوا الحالة النفسية للشعب الألمانى ، ولم يفقهوا منطقه ، وهو هذا المنطق الذى تستهويه القوة فيؤمن بها ويسعى إليها ، فكان من العبث قولهم للشعب الألمانى أنه كلما اشتدت مقاومته فأطالت أمد الحرب كلما كان حظه من مبادىء ميثاق الأطلنطى أقل، وكانت مصيبته أشد ، وقولهم أنهم لايحاربون الشعب الألمانى بل يحاربون العسكرية البروسية ، فى حين أن الرجل الألمانى لايفخر عادة إلا بالعسكرية البروسية ، ولذلك استمر الألمان حتى آخر لحظة يحاربون تحت راية النازى إلى أن جرت المعارك فى

شوارع برلين ، وفي داخل المنازل نفسها ، ولم يقولوا كلمة التسليم .

وقد اجتمع تشرشل وروزفلت فى « الدار البيضاء » فى يناير سنة ١٩٤٣ وتدارسا موضوع الدعاية ، ومما اهتدى تفكيرهم إليه ما أذاعاه ، من أنه لاغرض لهم من المضى فى الحرب إلا تحرير الشعوب المغلوبة على أمرها وحمل العدو على التسليم بلا قيد ولا شرط ، وقد حاكاهم « ستالين » فى أمره اليومى الذى أصدره فى أول مايو سنة ١٩٤٣ .

والذين نيطت بهم الأعمال الاستراتيجية والخطط العسكرية لم يكونوا يغفلوا جانب الدعاية والرغبة القوية فى التأثير ، وإنا لنجد هذا واضحا في غزوهم لنورمانديا ، وتبديهم فى صورة قوية جبارة توحى بأن المقدمات والطلائع تخفى وراءها قوات هائلة ، وأهوال مروعة أعدوها للألمان وذلك بقصد رفع معنوية شعوب أوروبا المحتلة والفت في عضد الجيش الألمانى ، ونجد أثر الدعاية كذلك فيما كان يذيعه الروس حينما ملأوا العالم دويا بأخبار بطولتهم وانتصارهم فى ستالينجراد ومقاومتهم التي لاتفل .

والدعاية العسكرية كانت تعني بوجه خاص بالعامل النفسانى ، وقد حاولت أن تخلق عقيدة تشبه الدين عند القطعان الآدمية التى كانت تدفعها إلى المجازر ، وتستهويها إلى ساحة الموت بشتى المؤثرات والمغريات ، إلا أنها لم تستطيع

أن تحبك صناعتها لأن الفريقين المتقاتلين في الواقع لم يكونا يستهدفان مثلا عليا ، بقدر ما كان كل فريق يجرى وراء مصلحته ويسعى لتحقيق أطماعه فى عصر تضاءلت فيه القيم المعنوية ، وطغت المادية على كل اعتبار ولذلك ترى الذين قالوا أن الدعاة لصالح هذا الفريق أو ذاك قد خلقوا عقائد وجعلوها كالمرجل فى إدارة دفة المعارك ، نقول أن هؤلاء قد أسرفوا فى التعبير وبالغوا فى التصوير فالعقيدة والمبدأ لم يكن لها نصيب يذكر ، ولم يتصلا بشغاف القلوب ، وإنما نستطيع أن نلمس مفعول العقيدة وقوتها السحرية ، في خوض غمار الحروب وضمان النصر ، فى الزمن القديم جدا ، حينما كانت هناك مثل عليا تدور المعارك فى سبيلها ، ويستحب الموت من أجلها . نجد ذلك واضحا فى صفحات تاريخ الفتح الاسلامى، منذ أكثر من ثلاثة عشر قرنا حينما خرج أناس من صحراء جزيرة العرب ، لم يتعلموا فنون الحرب والقتال ، ولم يكونوا يبحثون عن أوطان يسطون عليها أو قارات يسرقونها ، كما يفعل هذا الفريق أو ذاك من تجار الحرب فى العصر الحديث ، بل كان أولئك العرب فى القديم يحملون في أيديهم مشعل الحق والعدالة والحرية لبنى الانسان ، ويقاتلون ويستشهدون وهم مؤمنون إيمانا لا يتزعزع بتكليف من الله وبأمر من عنده سبحانه وتعالى ، ولذلك كان أمير المؤمنين عمر بن الخطاب يزود الجيوش بالدعاة الذين يرددون الأناشيد ، فيحيون موات القلوب ، ومن تلك العبارات التى

كانت ترتفع من أفواه الدعاة كلما حمى الوطيس « يا نصر الله اقترب ، يا نصر الله اقترب »

وبغض النظر عن العقائد والمثل ، نستطيع القول أن الدعاية قد سادت العالم كله وعمت مختلف أرجائه ، منذ الحرب العالمية الثانية ، فاحتلت مكانها فى دور الحكومات ، كمرفق يعمل جنبا إلي جنب مع مرافق الدولة الأخرى ، كالبوليس والقضاء والمالية . فتأسست وزارات الدعاية والاستعلامات في أفريقيا وآسيا وبلاد البلقان علي غرار مثيلاتها فى أوربا وأمريكا ، ولم تعد هذه المؤسسات احتكارا للدول الكبيرة دون غيرها . وهي تلعب دورها فى سياسة الدول الداخلية والخارجية ، كما تلعب دورها فى الحياة الدولية . والعالم ، منذ أن وضعت الحرب الأخيرة أوزارها منقسم إلى كتلتين تختلفان أنظمة ، وتختلفان فى المذاهب السياسية والاقتصادية والكتلتان فى تنافس وسباق ، وكل واحـــدة تعمل علي استغلال الأحداث السياسية في الدعاية لمصلحتها فى أوسع نطاق وما تصريحات رؤساء الدول ورؤساء الحكومات وحظهم فى هذه الكتلة أو تلك إلا دعاية متكررة ومتجددة والشعوب التي تغمرها الدعايات الرنانة فى حيرة من أمر نفسها ، فهي لا تعرف المصير الذى ستنتهى إليه ، وهي متعطشـة للهدوء والسكينة والاستقرار ، وتنشد السعادة والسلم والرفاهية ، ولكن أبواق الدعاية لا تتوقف عن إزعاجها بين حين وآخر

بالـكلام عن القنبلة الذرية والهيدروجينيـة ونذر الحرب ، حتى ليكاد المرء يتصور أن العالم الذي تسيطر عليه تلك القوى المتطاحنة يسعى إلى حتفه بظلفه .

والحرب السيكولوجية لم تنته بانتهاء الحرب العالمية الثانية بل هي مستمرة وما الحوادث التي تلت سنة ١٩٤٥ إلا مناظر مروعة من اخراج رجال السياسة ، ولكي نضرب الأمثال نذكر تريستا التي اشتعلت مشاكلها قبل أن تختفي رائحة البارود ، والألغام المنبثة في الأرض لايقاد نيران حرب عالمية ثالثة : كوريا ، والهند الصينية ، وإيران وبترول الشرق الأوسط وهذا عدا مشكلات أخري توضع على الرف حينا ثم تفتح ملفاتها ، كقناة السويس ، والمضايق التركية ، ومراكش . وفوق كل هذا أبحاث الذرة والتسلح وصياغة معاهدات الصلح ، وألمانيا الشرقية والغربية ، وكل تلك المسائل وقود للحرب الباردة ، وبتعبير آخر لأجهزة الدعاية وإذا كان حلفاء الغرب يتباهون بميثاق سان فرانسسكو ومنظمة الأمم المتحدة وشعبها وفروعها فان ذلك لا ينفي الحقيقة المرة ، وهي أن منابر الأمم المتحدة ليست إلا منابر دعاية والميثاق في أغلب بنوده حبر على ورق ، والدول الاستعمارية لا تقيم وزنا كبيرا للأخلاق والفضائل الدولية ، بل باعت ضميرها للشيطان ، والمصلحة الشخصية عندها فوق القانون ، وهي تسعى إليها ولو على جماجم البشر واشلاء الضحـــايا ،

وعدتها هى الدعاية ، فالدعاية هى الغالبة ، وهي كل شيء في هذا الزمان، وهى تستبيح كل وسيلة ، وتستعمل الأسلحة النظيفة والأسلحة الدنسة ، فعصرنا يعد بحق عصر الدعاية ، وهذا ماسوف يكتبه المؤرخون عن القرن العشرين بعد أن ينصرم القرن الحالي إذا قدر للعالم أن يعيش ويستقبل قرنا جديدا .



الفصل الثاني

ماهية الدعاية

ما هي هذه الظاهرة العجيبة التي تتحكم في سير الفلك ، وتقلب حياة الشعوب والدول رأسا علي عقب ؟ !

لتعريف الدعاية ، لا بد من تحليل ميكانيكيتها ، وفهم طبيعتها ، ولنبدأ بصورتها الفطيرة . جماعة من الناس تربطهم وحدة الجنس ، أو الدين ، أو اللغة أو الحرفة أو أكثر من رابطة من تلك التي ذكرناها ، وقد يكونون أبناء مهنة واحدة ، وأفراد هذه الجماعة يعيشون ويسعدون ويشقون ويفكرون ويحبون ويبغضون ويصلون ، وهذا كله ترجمة لغرائزهم الطبيعية الكامنة في حيويتهم . وأوشاج الصلات بينهم قد تكون أوهى من خيط العنكبوت ، سيما وأن غريزة الدفاع عن النفس تدعوهم إلى الحذر والتشكك بعضهم مع بعض ولكن لايلبث أن يقوم في الجماعة واحد أو أكثر مدفوعين بعواطف الحب أو الكراهية أو الغرور لادارة أمور تلك الجماعة أوتوجيهها . وأولئك الذين يتصدون للقيادة عاجزون بمفردهم ولا غناء لهم عن تأييد ومؤازرة زملائهم في الجماعة

أو على الأقل مؤزارة عدد لايستهان به من أعضاء الجماعة ، فماذا يصنعون ؟ إنهم يعملون جاهدين لاقناع الجماعة بوجهة نظرهم أو حملها على اعتناق آرائهم أو طلب الثقة بذواتهم ، فيقومون إذن بالدعاية . وإذا نجحت الدعاية ، يتصدرون الصفوف ويتسلمون الزمام . ولا يستغنون قط عن مداومة التأثير على الجماعة للابقاء على مراكزهم ، فتستمر دعايتهم ، وكذلك يستخدمون الدعاية فى الدفاع عن الجماعة واستنفارها لدرء خطر عدوان غيرها عليها فالدعاية أداة دائمة فى أيدى القادة من أى لون كانوا .

والرجل العام ، لايلبث أن يصير داعية . والداعية فنان ، يستمد فنه من مواهبه وشخصيته وقوة تأثيره وجاذبيته . وهو مدرب على تنمية تفكيره وإعطاء آرائه قيمة حينما يلقي بها إلى الغير ولصوته المدوى ، وغير ذلك من وسائل التأثير والاقناع ، التى يلجأ إليها أهمية كبيرة فيما هو آخذ نفسه به .

وفي العصر الحديث ، يعتبر الداعية أكثر من فنان . إنه في العادة خبير وأستاذ متخصص فى هـذا الفن ، ولا يقوم الرجل العـام بالدعاية بنفسه بل يستعين بمصلحة يعمل فيها عدد من الناس طبقا لنظريات علمية معقدة . فالدعاية فى تطورها صارت علما وفنا ، وهي تعول على علوم وفنون أخرى كعلم النفس وعـلم الاجتماع وفن السياسة ، ولها برامج ولها أهداف .

وفن الدعاية جزء لا يتجزأ من المؤثرات التي تعترى الانسان كعضو فى مجتمع ، وممارسة هذا الفن تحتاج إلى دربة وسعة حيلة . فاقناع الناس بأمر ليس من الأمور الهينة والسهلة المنال ، وإنما يحتاج إلي معرفة وإلى مواهب وإلي مال ثم إلى متخصصين لهم إلمام كاف بالدراسات والتجارب التحليلية النفسية والاجتماعية .

والدعاية تسلط على أفراد بوصفهم أعضـــاء فى مجتمع ابتغاء السيطرة علي أفكارهم وأفعالهم والوصول إلى نتائج معينة وتوجيه الجماعات لا يتم إلا بتوجيه أعضائها ، وأولئك يختلفون في ميولهم ونزعاتهم وعواطفهم وطرائق تفكيرهم ، وهذا التباين يجعل الدعاية ذات خاصة بيولوجية أساسية .

والهدف الذى تسعى إليه هو حمل الأفراد على اعتناق فكرة أو مبدأ أو الانصراف عن فكرة أو مبدأ أو إتيان عمل ما أو عدم إتيانه ، فيدان نشاطها فسيح ، وهذا الميدان قد يكون الأسواق التجارية أو الحزب السياسى أو مجال النشاط الحكومى ، وقد يكون العالم بأسره . وهى إذ تعمل عملها تخاطب الغرائز كغريزة التقليد وتعمـــد إلى الايحاء وتستغل الفرص والمناسبات وليس لديها متسع من الوقت لتقديم الحجج والأدلة والبراهين المنطقية ، ولا إكراه فى الدعاية بل تحريض وتكرار في صيغ مقبولة ، وبأساليب محببة للناس .

وللدعاية حـــدود تقف عندها ، وحواجز لايصح أن تتخاطاها ، وهذه الحدود موجودة فى شخصية الفرد وعقائده المتأصلة وتقاليده التى فطر عليها . وهي لا تقول الحق دائما ولا تجرى على وتيرة واحدة ، بل تتنوع . وقد تؤثر بطريقة لاشعورية ، وقد تجرى بالحديث أو بالقدوة وضرب الأمثال والدعاية تستخدم فى التجارة والسياسة وفى نشر الأديان ، ولـكن كلمة دعاية اصطلاح يستعمل عادة بالنسبة للدعاية السياسية . وفيما عدا السياسة يقال الاعلان ، أو الوعظ أو التبشير . ومهما تنوعت صورها واتسعت رقعة نشاطها ، فانها تحتفظ بطابعها الخاص وذاتيتها التى تتميز بها عن الفنون الأخرى الشبيهة بها كالثقافة Education والاستعلام Information وكثيرا مايخلط الناس بين تلك الفنون الثلاثة ، وسنبين الفرق بينهما فى موضع آخر من هذه المذكرات ، وحسبنا الآن أن نشير إلى بعض الآراء في هذا الخصوص .

يرى الباحث الأمريكي «لازويل» H' D' Lasswell ان الفرق بين الثقافة والدعاية ، هو فرق فى وعاء كل منهما فالدعاية تحمل على اعتناق آراء يختلف عليها الناس . وتقوول الاضداد والمتناقضات ، ولـكن الثقافة تنقل حصيلة الانسان فى العلوم من جيل إلي جيل ، وتلك الحصيلة هى أمور متواضع عليها ومسلم بها . وهنا يبدو الخطأ واضحا للعيان ، فالدعاية لاتنادى دائما بآراء متناقضة ، ولطالما كانت الدعاية مروجة

للنظريات الجديدة والثقافة ليستعادة مسائل متفقا عليها ، وفي كل دولة ، وفى كل جماعة تستخدم التربية والثقافة فى خلق آراء ومعتقدات خاصة بهـا . ونستطيع أن نلمس الفوارق بنظرة عابرة إلي الـكتب المدرسيـــة في بلدين يختلفان دينا أو نظما سياسية أوموقعا جغرافيا ، وفى البلد الواحد يقلبون الثقافة رأسا على عقب بتغير الحكومات ، وتغير الاتجاهات والمذاهب السياسية .

فنى تركيا مثلا تختلف الـكتب والدراسات بعد الثورة الـكمالية عما كانت عليه فى عصر الخلافة العثمانية . بل لقد عمدت تركيا إلى تغيير الحروف الأبجدية ، وحاولت أن تقطع الصلة بين حاضرها وماضيها وقلما توجد وحـدة ثقافية فى مجتمع واحد ، فالنظرية التي قال بها الأستاذ «لازويل» فى بيان الفرق بين الثقافة والدعاية نظرية غير صحيحة .

وهناك رأي آخر يقول ان الفرق انما يكون فى الأغراض والأهداف . فالدعاية تستهدف تأثيرا مؤقتا ، وتقوم بتوجيه فـكرى سطحى ، بيد أن للثقافة شخصية كاملة ، وهو لا تؤثر على العواطف فقط ، بل تتناول الروح وتصقل الفرد وتصوغه وربما كان هذا الرأي وجيها منذ خمسين سنة ، أما الآن فتوجد نظم سياسية تسلط الدعاية على الأفراد حتى يذوبون فى تلك النظم قلبا وعقلا ، وهذا هو الحال فى روسيا السوفيتية ، وفى الديموقراطيات الشعبية .

وثمة باحث آخر يقال له E. D. Mertin وهو يري أن الثقافة تقوم علي استقلال الرأى فى الحكم على الأشياء ، فهي تترك الفرد يفكر ويستقرئ ويستنبط ، وأما الدعاية فانها لا تدع له هذه الفرصة ، بل تفرض عليه الآراء جاهزة ومعدة. وهذا الرأى قد ردده «لينين» فى كتابه الذى عنوانه «ماذا نصنع ؟» وقد أراد أن يبين الفرق بين الدعاية وإثارة الخواطر ، Agitation ولكنه تنكب عن جادة الصواب فخلط بين الديموقراطية والثقافة ، وهذا بعض ما جاء فى الترجمة الفرنسية لكتاب لينين "Quei faire" «من واجب الداعية حينما يتصدى لشرح مشكلة العاطلين ، أن يبين دور الرأسمالية فى الأزمات ، وأن هذه الأزمات لا مندوحة عنها فى المجتمع الحديث، ويبين كيف تتحول الجماعة إلى مجتمع تسوده الرأسمالية وعليه بوجه عام ، أن يتناول أفكارا متعددة ، وهو حينما يعطى أكبر عدد من الأفكار ، لايجد بين سامعيه من يطيقها ويهضمها إلا النذر اليسير. ولكن الداعية المثير ، حينما يتناول الموضوع بعينه ، يختار الفكرة التى تكون معروفة أكثر من غيرها للجمهور ، والتى تهز مشاعره ، فمثلا إذا شرح مشكلة البطالة يتحدث عن أسرة بلا عمل ، وأنها فريسة للموت جوعا وهكذا . . »

وهذه النظرية لا يمكن الأخذ بها ، إلا بالنسبة لمراحل التعليم العالى ، هذا وفى البلاد الدكتاتورية يفرضون النظريات

العلمية فرضا ، ولا يفسحون المجال لمناقشتها . والحقيقة أنه لبيان الفرق بين الثقافة والدعاية يتوقف الأمر على الزاوية التي تعالج منها المسألة ومن الصعب أن تقام حواجز دقيقة بينهما ويمكن القول بوجه عام أن الثقافة تتميز بالفردية وعمومية القواعد ، كما تمتاز عن الدعاية بالعمق ، والثقافة توضع لتغذية الفكر على سبيل الدوام وأما الدعاية فانها فى الغالب آراء عارضة . والدعاية على كل حال مكملة للثقافة ، وكثيرا ما تعالج الدعاية بالثقافة لوضع حد للمبالغة والتهويل والاثنان يتعاونان في تكوين مواطن صالح متزن .

وكذلك تعد التفرقة بين الدعاية والاستعلامات ، مسألة نظرية بحتة ، ليست بذات فائدة في مجال العمل . فيقول الذين يفرقون بينهما أن الاستعلام يتسم بالحيدة والتنزه عن الغرض والمآرب بعكس الدعاية . وهذا القول غير صحيح على اطلاقه، فان رجل الاستعلامات كثيرا ما يكون متأثرا فيما يدلى به من بيانات بميوله وعواطفه واتجاهاته وبواعثه الذاتيه ، وكل ذلك يترك هالة تغطى جانبا من الحقيقة المجردة ، ويقال أيضا أن الاستعلام ليس له هدف معين ، بعكس الدعاية . وليس هذا صحيحا فى كل الأحوال ؛ فقد ترمي الدعاية لنشر فكرة تتلقاها من جهاز الاستعلام . وان أقوى الأسلحة التى تستخدمها الدعاية لهي الوثائق والاحصاء والتواريخ ، والوقائع المسلم بصحتها ، وهي ترتوي فى ذلك من ينبوع الاستعلام ؛ فلا

توجد حواجز فاصلة وحدود واضحة بين الأمرين . ومثلا يقوم رجال الاستعلامات بارسال خطاب سياسى لرئيس دولة أجنبية إلى بلادهم ، فتتلقفه أيدي الدعاة ، وتقتبس منه وتعلق عليه وتخرجه على النحو الذي يوافق أغراضها ، ويعزز وجهة نظرها .

ونستطيع تعريفا للدعاية أن نقول بايجاز إنها ظاهرة اجتماعية أولية ، تقدمت تقدما مضطردا بفضل استفادة الساسة بالتقدم العلمى .

الفصل الثالث

نشأة الدعاية وتطورها

القول إننا نعيش فى عصر الدعاية معناه أنها أضحت علما وفنا ، ولكن هذا لا ينفى أن الدعاية السياسية ، معروفة ومستعملة ، منذ أقدم عصور التاريخ ، وكانت دائما وأبدا فى خدمة ذوى السلطان ، والثابت ان الدعاية كانت ملازمة لفن الحكم ، ذلك لأن طاعة الحاكم تقتضي اقناع المحكوم . وكل ماهنالك ، ان الدعاية كانت تجرى قديما بطريقة مرتجلة ، وعلى غير هدى ، وقد تطورت بتقدم حركات العلوم والفنون واستخدام القائمين بها الوسائل التى وصل إليها العلم الحديث ، فالصحافة والسينما والاذاعة وسائل لم تكن معروفة للاقدمين وهي الآن فى خدمة الدعاية السياسية .

والحضارة منذ القدم ، ترتكز على دعائم فلسفية ، وأفكار كانت تروج وتنتشر فى العصر الذى تظهر فيه ، فحضارة قدماء المصريين ، كانت لها فلسفة ومثالية Idiologie كالقول بخلود الروح ، وعودتها إلي الجسد بعد الموت ، وتأليه الملوك ونحو وذلك مما تدل عليه النقوش الفرعونية ، والرومان

قامت لهم امبراطورية كانت ترتكز على فكرة الوحدة Concept d 'unité والدولة الاسلامية التي امتدت من أقاصى الصين إلي جبال البرانس كانت لها مثالية تتلخص فى التوحيد ، وهي الفكرة العميقة التي كفلت الحقوق اللصيقة بالفرد ،وجعلت الفردحجر الزاوية فى بناء الدولة ، وتفرعت عنها نظم الحكم والادارة والقضاء فى الاسلام .

وفى أوروبا ، فى العصور الوسطى ، قام الصراع بين نظرية الحق المقدس للملوك ، ومذاهب الكنيسة التى جعلت من نفسها واسطة بين الله والناس ، وكانت على أساس أراجيفها ودعاياتها تبيع صكوك الغفران ، وتضع التيجان فوق رءوس أصحابها ولما افرطت فى الاثم واحرقت من احرقت من دعاة الاصلاح استعدت القلوب للكفر بها والتمرد عليها فنجحت الحركة الفلسفية التى سبقت الثورة الفرنسية في القرن الثامن عشر فى الحد من عبث الكنيسة وطغيان الملكية معا .

ولم تقع الانقلابات التى شهدها التاريخ فجأة ، أو على غير انتظار . بل كان تيار الأفكار والآراء يستغرق وقتا طويلا فالفكرة الامبراطورية عاشت طوال العصور الوسطى . وبابوات العصور الوسطي هم الذين عارضوا سلطة الامبراطورية بنظرية سيادة الشعب ، والمفكرون القانونيون الذين سبقوا «ديدرو» و « روسو » هم الذين نصروا السلطة الزمنية على

السلطة الدينية وآراء ديكارت Descartes كانت تمهيدا لرجال الانسكلوبيديا .

وأولئك الذين قادوا الشعوب ، كانوا يبشرون بآرائهم ومعتقداتهم فى أوسع نطاق مستعملين الوسائل الأولية التى كانت فى متناولهم ، وكلما رجعنا فى التاريخ إلى الوراء نجد تلك الوسائل والطلاسم التى كانت تستعمل فى التأثير على تفكير الجماهير ، وحتى في عصور ما قبل التاريخ كان الدعاة يستثيرون العواطف والغرائز النبيلة والوضيعة على حد سواء ويدلنا الاستقراء على أن الدين كان دائما فى خدمة السياسة، وأنه استعمل فى عصور الضلال والوثنية ، التى لم يهد الله قلوب أهلها إلى الايمان بأنه سبحانه واحد لاشريك له ، استغل هذا الدين فى استعباد الشعوب ، وإقناعها بأن الرئيس الأعلى له ذات مقدسة ، أو نحو ذلك من الآراء العجيبة ، كالقول أن الرئيس الأعلى هو ابن السماء ، أو أن له قوة خارقة فينزل الغيث من السماء ، أو يفعل كيت وكيت من المعجزات، وهذه الأراجيف كانت أساس سلطة الملوك عند الفراعنة ، ولها نظائر فى تاريخ بابل ، وفى حضـــارة الفرس السابقة على ظهور الاسلام .

وفى تلك العصور الغابرة ، اهتدوا إلى سيكولوجيا الشعوب ، كما يستفاد من كتابات علماء الآثار . ولذلك استخدموا الخطابة فى التأثير على العقول وتوجيه المعتقدات

وكان الخطباء يتنقلون من مكان إلى مكان ، وتاريخ الاغريق حافل بالأمثال ، وكانت المقدرة الخطابية وفصاحة اللسان فى أثينا مفتاحا للسياسة ، ويقول فينيلون Fénelon بحق

"Chez les Grecs, tout dependait du peuple et le peuple dépendait de la parole,,

وفى ذلك العصر الاغريقى ، كانوا يقيمون الحفلات الدورية ، ويعنون بالألعاب الأولومبية ويثيرون الحماس الوطنى ، فى الدعوة إلى الوحدة ، وكان من بين الدعاة شعراء من أمثال Tyretée ، Simonide وأولئك كانوا يعلمون الأخلاق ، ويستنفرون الشعب لمقاومه الغزاة البرابرة ومن الشعراء أيضا Phrynikoo ، Eschyl ، Euripide الذين أنشدوا مقطوعاتهم الخالدة فى تحريض الشعب على مقاتلة الفرس . وحتى القرن الخامس الميلادى ، كانت الدعاية السياسية تستخدم أسلحة نظيفة ، ثم سقطت وخالفت مبادىء الأخلاق والفضائل ، بعد هذا التاريخ ، ومن قبيل ذلك الترويج للوثائق المزورة ، ونشر الأكاذيب ، وشراء الذمم والضمائر لحساب ذوى الجاه والسلطان ، والمهاترات فى سبيل الوصول إلى الحكم .

وقد ولدت روما نتيجة لأقصوصة خرافية ، وهى قصة «روميلوس» Romulos و «ريموس» Rémus التي روج لها Iauye وحلت فى الحياة الدولية محل أثينا ، وهبطت

روما بمستوى الدعاية ، فبعد الفلسفة الرفيعة التي كانت تجرى على ألسنة خطباء أثينا ، أصبحت المظاهر وحدها هى وسائل الدعاية، ومن ذلك الأزياء والأعلام والألوان البراقة والحفلات الصاخبة . وقد استعملت أحط الأساليب في الدعايات الانتخابية ، وتشهد بذلك أطلال « بومباى » التي يزورها السائحون كلما نزلوا فى نابولي ولما قامت الامبراطورية على أنقاض الجمهورية حلت الدعاية الرسمية محل الدعاية الانتخابية وكانت هذه وسيلة لتوجيه الرأى العام ، واستفادت السلطات فى روما بشبكة من الطرق والمواصلات المائية فى جمع الأخبار ونشرها بسرعة . وقبل ظهور قيصر عرفت روما المدونات الرسمية المسماة Annales وكانت تحوى خلاصة من أهم حوادث السنة ، وتزود بها سلطات الأقاليم ولكن ثقاة المؤرخين يرون أن قناصل قيصر الأوائل « سيتون » Suétone وسمبرونيوس اسيليو Sempronius ASellio هما اللذان جعلا تلك المدونات المسماة Acta Diurna بمثابة صحف رسمية للأنباء . وتلك الصحف كانت إعلانات صغيرة تلصق على لوحات في مفترق الطرق ، أو على الأبواب، وتوزع على المصالح الحكومية ، وفى الجيش . وكانت تتضمن أنباء اليوم العامة والخاصة ولذلك أضحت فيما بعد صحفا يومية . وكانوا ينشرون فيها خطب رجال القانون ، وأعمال السيناتو والمراسيم الامبراطورية ، وأنباء المدينة وحفلات القصر وولائم الأسرات الكبيرة وأخبار المجتمع الراقي وفى عصر

نيرون انحدرت لغة تلك الصحف فراحت تنشر أقوال المنافقين الذين يتزلفون إلى صاحب السلطان .

وعلى الجملة ، كانت الدعاية ، فى الامبراطورية الرومانية، أداة من أدوات الحكومة ، وسيطرت عليها الحكومة بحيث لم تـكن تسمح بنقد أو برأى يخالف ماتراه هى ، وكانت قوانين روما تفرض عقوبة الاعدام على المؤلفين والمروجين للنشرات المعادية للدولة وحائزى هذه النشرات. وكانوا يرون أنه لايمكن الاحتفاظ بكيان الامبراطورية إذا اختلفت الآراء وتعددت وجهات النظر وأشاع « أوجست الأول » وخلفاؤه فى سائر أجزاء الامبراطورية عبادة الامبراطور ، وكان الاخلاص له ولنظام الحكم بمثابة دين لايباح الخروج عليه ، ولتأصيل هذه العقيدة فى النفوس استعملت الدعاية فى أوسع نطاق ، وكان الامبراطور يشجع الكتاب ورجال الفن وكان يغذيهم بالموضوعات التي يتناولونها لتثبيت سلطانه وتدعيم نظامه ، وقد سجل التاريخ الروماني اسم Virgile المتحدث الرسمي بلسان « أوجست » وكان عمله أشبه بوظيفة مستشار الامبراطور ومحرر الـ Géorgiques والداعي لسياسة مولاه وساهم معه فى هذا العمل محررون آخرون نذكر منهم الشاعر شبه الرسمي Horace و Tilwlle و Properce و Ovide وأولئك كانوا يتغنون بالشعب الروماني والقول إنه مثال الفضائل البشرية .

واستعملت الدعاية الوطنية للاحتفاظ بوحدة الامبراطورية

ومقوماتها . ونشر لون من الثقافة الرومانية فى الطبقات المتوسطة ، كما استعملت فى تسلية الشعب ، بطرائق رخيصة ومنها ألعاب السيرك المشهورة . والتى أسيء استعمالها ، وكان المراد إيجاد صلة دائمة بين الامبراطور وبين الشعب ، وصرف الشعب عن التفكير فى متاعبه تفاديا للثورات. واتجهت الدعاية الرومانية إلي الفن للتأثير على النفوس فبنيت القصور الشامخة وأقيمت الأعمدة الرائعة ورسمت اللوحات الجميلة واستفاد الفن المعماري وبلغ درجة رفيعة ، وهو يحاول تدعيم المجد الامبراطورى . ولكن الفن رجع إلي الوراء ، لما آذنت دولة الرومان بالسقوط والانهيار .

وعلي أنقاض روما ، قامت دولة إسلامية عظمى ، لم تأت قبلها أو بعدها دولة وصلت فى الحضارة ، وفي اتساع رقعتها إلى ما وصلت إليه الخلافة الاسلامية فى عصورها الزاهرة ، وهذه حملت مشعل النور الالهي للعالم ، وتكفلت بنشر خير رسالة أخرجت للناس ، فعرفت الدعاية منذ فجر الدعوة الكبرى ، وقد قام بذلك صاحب الرسالة ، عليه السلام ، علي خير مثال . فكان يدعو إلى دين الله ، ويتولى بنفسه شرح أحكام هذا الدين فى أقواله وخطبة ، قال تعالى « وما ينطق عن الهوى ، إن هو إلا وحى يوحي » وكذلك كانت أفعاله وصفاته الفذة ، برهانا علي صدق دعوته ، وهداية القلوب التي آمنت برسالته . وقد وصفه الله فى محكم كتابه بقوله « وإنك لعلى خلق عظيم » .

وقد قضى الرسول ، عليه السلام ، منذ نزل عليه جبريل الأمين ، ثلاث سنين وهو يدعو فى دار الأرقم بن أبى الأرقم سابع سبعة فى الاسلام ، وهى التى دعيت بدار الاسلام ، وأخذ الرسول ينذر عشيرته الأقربين من بنى هاشم وبنى عبدالمطلب ، ومن قوله عليه السلام فى الرد على عبدة الأوثان.

« إن الله لم يبعثني لجمع الدنيا ، والرغبة فيها ، وإنما بعثنى لأبلغ عنه وأدل عليه » وكان يوافى موسم الحج فى كل عام ويتبع الحاج فى منازلهم فى المواسم ، بعكاظ ومجنة وذى المجاز من أسواق مكة وضواحيها ، وانه ليسأل عن القبائل ومنازلها قبيلة قبيلة ، ويقول أيها الناس « قولوا لا إله إلا الله تفلحوا وتملكوا بها العرب ، وتذل لكم العجم » ولما ضاقت مكة بمن أجابوا الدعوة من المسلمين ، ومنهم من ليس له عشيرة تحميه ، أمر الرسول بعض أصحابه بالهجرة إلي الحبشة ، فهاجر إليها نحو ثمانين رجلا وثمان عشرة امرأة ، سوي الأبناء وهؤلاء حملوا الدعوة الخالدة معهم ، وراحوا بها يبشرون وينذرون . وما الكتب التى بعث بها النبى الكريم فى سنة سبع هجرية إلى الملوك والأمراء ، من العرب والعجم إلا وسائل لنشر الدعوة والتمكين لها في الأرض . وقد دخل الناس فى الاسلام أفواجا ، وهو عليه السلام فى شغل شاغل بنشر كلمة التوحيد ، يقول لمن سلمهم راية الجهاد :

« اغزوا على اسم الله ، فى سبيل الله ، قاتلوا من كفر بالله ،

اغزوا ولا تغلوا ، ولا تغدروا ولا تمثلوا ، ولا تقتلوا وليدا وإذا لقيت عدوك من المشركين ، فادعهم إلى ثلاث خصال ، فأيتهن أجابوك إليها فاقبل منهم وكف عنهم ، ادعهم إلي الاسلام ، فان أجابوك فاقبل منهم ثم ادعهم إلى التحول عن دارهم إلي دار المهاجرين ،فان أبوا فأخبرهم بأنهم يكونون كأعراب المسلمين ، ولا يكون لهم فى الغنيمة فيء ، إلا أن يجاهدوا مع المسلمين ، فان أبوا فاسألهم الجزية ، فان أجابوك فاقبل منهم ، فان أبوا فاستعن بالله تعالى وقاتلهم . وإذا حصرت أهل حصن ، فأرادوك على أن تجعل لهم ذمة نبيه ، فلا تفعل ، ولكن اجعل لهم ذمتك فانكم أن تخفروا ذممكم ، أهون من أن تخفروا ذمة الله ، وإذا أرادوك أن تنزلهم علي حكم الله ، فلا تفعل بل على حكمك ، فانك لاتدرى ، أتصيب فيهم حكم الله أم لا » .

ولم يعمد الرسول إلى السيف ، إلا لما رأى الخطر يتحيف رسالته من كل وجه ، وما قال بالقوه إلا لما استنفد مختلف طرق الدعاية إلى دينه .

وبعد أن انتقل إلى جوار ربه ، حمل خلفاؤه الراشدون لواء الدعوة من بعده ، وقامت الدولة الاسلامية على أسس من شريعته السمحاء ، ونجحت الفتوح الاسلامية أيما نجاح ، لأن المجاهدين في سبيل الله ، كانوا يدعون الناس كافة إلى مثالية عالية ، قررت حقوق الفرد الأساسية وكفلت حريته ، في

وقت كانت الحرية مهدرة، وساد الطغيان، وفشت الوثنية والشرك، فالدعاية كانت العامل الأول والأهم، فى ارساء أركان أكبر امبراطورية عرفها التاريخ الانسانى.

وفى أوربا التي قدر لها أن ترسف فى أغلال الظلام، وتطاوع البابوية استعملت الدعاية بطريقة مضادة، دعاية فى سبيل الابقاء على سلطان الكنيسة وتجارة صكوك الغفران وكان الكهنة والقساوسة يخاطبون الغرائز ويذكون روح التعصب لاقامة سياج ضد ذلك النور الذى دق أبواب القسطنطينية، عاصمة دولة الرومان الشرقية، وغمر شبه جزيرة الأندلس، واجتاز جبال البرانس، وكاد أن يطوى بلاد الغال طيا، لولا أن الله قد أراد للعالم أن ينتهي إلى ماهو فيه الآن من مادية، لاتحفل بالمعنويات، ولا تدرك نعمة التوحيد

جربت الكنيسة، في بسط سلطانها، وإبقاء أوربا في ربقتها، وسائل الدعاية كلها، بما فيها النقش والتصوير والعمارة والتفنن فى اخراج الأناجيل، وجاء زمان أتيح لها أن تشفي غليلها بما شنت على الشرق من حملات صليبية، فى القرن الثالث عشر، والقرن الذي يليه، ولم تكن لهذه الحملات غاية سوى انتزاع خزائن الثروة، ومفاتيح البحار من أيدى المسلمين، والقضاء على دولتهم القضاء المبرم، والحروب الصليبية كانت ثمرة دعاية طويلة الأمد، وقد استغرقت هذه الدعاية بضعة قرون، لأن التربص للاسلام قد بدأ منذ مولده، ثم صارت

تلك الحروب فى حد ذاتها دعاية ، وكم قيل من خطب ، وكم نشر من وثائق منثورة ، وأخبار ملفقة مما سجلته الكتب التى عالجت موضوع الحروب الصليبية . أما كون تلك الحروب قد اضحت دعاية ، فذلك لأن فرنسا أرادت بها أن تعلن عن نفسها وتباهى العالم الاقطاعي ، وكان الدعاة الصليبيون يطوفون بمختلف أرجاء فرنسا ، لاثارة الخواطر ، ولا أدل على أهمية الحملات الصليبية فى تطور الدعاية . من أن الصحافة البدائيـة ، قد نبتت بذرتها في فرنسا مع الحروب الصليبية ، وللدعاية لها .

وفى منتصف القرن الخامس عشر ، حدث تحول خطير إذ اخترعت آلة الطباعة ، وكان لهـذا الاختراع نتائجه الكبرى فى تطور الحركات الفكرية فى العالم . وقد أفاد الدعاية ، وقلب وسائلها رأسا على عقب . وفى القرن السادس عشر ، وبفضل الطباعة ظهرت حركات الاصـلاح الدينى ، فوضع « مارتن لوثر » رسالته المشهورة .

وبدأ عصر الثورات . وطبعت النشرات التي راجت بسرعة خاطفة ، وهوجم طغيان الكنيسة فى الصميم ، وجرت الدماء أنهارا . والكنيسة بدورها أرادت أن تقاوم حركة الاصلاح بنفس الأسلحة والوسائل ، ففى المدة من سنة ١٥٧٢ إلى سنة ١٥٨٥ ، ألف البابا « جريجوار » الثالث عشر عدة لجان للدعاية الكنيسية ، فاجتمع الكرادلة برئاسة الكاردينال « سانتوريو »

ووضعوا عدة مؤلفات كهنوتية بلغات مختلفة ، لنشرها في مختلف أنحاء العالم ، وأتم البابا « كليمنت » السابع هذا العمل ، وبذلت الكنيسة جهودا مضنية في الترويج ، للنظريات والمعتقدات الصليبية ، ومما هو جدير بالذكر أن القراءة والكتابة في أوربا ، في ذلك الوقت ، كانت أشبه باحتكار للكهنة ورجال الكنيسة ، ولذلك يعزون إليها الفضل في نشر المعرفة وتهيئة الشعوب للمشاركة في السياسة والحياة العامة .

وقد عاصر تقدم الدعاية المطبوعة ، تقدم مادي في أمور أخري ، يسر لها النجاح وعبد أمامها الطريق ، فالمواصلات قد انتشرت وتحسنت وأصبحت الطرق مأمونة وكذلك ظهر البريد .

وترتب على كل هذا أن النشرات كانت تطبع وتوزع فى مختلف أرجاء أوربا ، وخصوصا فى ألمانيا وإيطاليا ، إذ كانت فيهما مراكز تجارية هامة . وظهرت الصحافة فى البلاد الآتية ، بالترتيب ، في هولندا ، ففرنسا ، فانجلترا ، فألمانيا ، ولكن تلك الصحافة كانت مجرد نشرات إخبارية ، وأما الصحف الحقيقية فقد تأسست أولاها فى انجلترا في سنة ١٦٢٢ ، وفى فرنسا فى سنة ١٦٣٥ وفى تلك السنة أنشئت إدارة البريد الملكية ، فأصدر Théophrate Renaudot صحيفته المسماة Gazette ، وكانت تعمل لحساب الكاردينال « ريشليو » وزير لويس الرابع عشر ، أو الملك

غير المتوج ، وهو الذي فرض رقابة الدولة على المطبوعات واشترى الأقلام ، واحتكر ضمائر المفكرين ، بالاعلانات والهبات .

وفى انجلترا ، ظهرت قوة الرأى العام ، لأول مرة نتيجة للحرب الأهلية والأزمات السياسية التى اتسم بها تاريخ الانجليز فى القرن السابع عشر . وكذلك الحال فى بروسيا . على أن فرنسا ، وهى البلد الذى كان غارقا فى نظرية الحق المقدس للملوك ، قد عرفت حكوماتها طرائق الضغط على الرأى العام فاصدرت القوانين المقيدة للحرية ، وعهدت إلى البوليس بمهمة تعقب النشرات وحملة الأقلام ، ولكن ذلك لم يمنع من أن « كولبير » وزير لويس الرابع عشر ، قد وجه الفكر السياسي لصالح التاج ، وللدعوة لمجد بلاده ، وكان لويس الرابع عشر لا يفوت فرصة دون تشجيع الأدباء والفنانين ، الذين يتبارون فى العمل لبسط نفوذه واعلاء كلمته ، ولذلك كانت فرساى والكاتدرائيات الهائلة ، والقصور الشامخة والفن المعماري الرائع . واضحت اللغة الفرنسية بفضل ذلك التشجيع لغة عالمية ، تستعمل فى المعاهدات الدولية ، وفى بلاط الملوك وفى الصالونات .

ولعبت الدعاية دورها كذلك خارج القارة الأوروبية ، فاستخدمها الانجليز بمجرد أن وضعوا أقدامهم فى العالم الجديد لبسط نفوذهم الاستعماري فى ارجائه ، كما أنها استخدمت فى

إذكاء نار الثورة ضد الانجليز هناك ولعبت دورا كبيرا فى حرب التحرير الأمريكية ، فقد ساهمت الصحف والنشرات فى الاعداد لهذه الحرب ، وسجل تاريخ استقلال الولايات المتحدة الأمريكية اسم صموئيل آدامز Samuel Adams وصحيفته The Boston Gazette أو Country Journal, واسم توماس بين Thomas Paine ونشرته المشهورة Common Sense فأولئك بثوا دعاية كانت وقودا للثورة الأمريكية .

وعلى غرار ذلك كله جرت التطورات والأحداث السياسية ، في الشرق الاسلامي ، منذ الصدر الأول ، فكان الخلفاء والولاة يستخدمون الشعراء والأدباء والفلاسفة ، في الدعاية لهم ولدولهم ويتجلي ذلك في العصر الأموي ، وفي العصر العباسي على السواء ، وكذلك كان هناك شعراء وكتاب وخطباء يغذون الحركات المضادة ، وكانت حرية الفكر والبيان مكفولة فى الدولة الاسلامية فكانت الدعاية أشد خطرا وأطول باعا .

* * *

أما أوروبا التى عاشت طويلا فى ظلام العصور الوسطي فقد تسربت إليها الأفكار والمذاهب من الشرق ببطء ، حتي اقتضاها الأمر عدة قرون لتتخلص من سلطان الكنيسة وسلطان الملوك الطغاة وسطوة الاقطاع وتثور ضد هذا كله

وقد اتصل الأوربيون بالشرق الاسلامى فى الحروب الصليبية وارتبطوا بأواصر التجارة مع المسلمين بعدها ، وكذلك ترددوا كثيرا على بيت المقدس ، منذ أيام هارون الرشيد وصلاته الطيبة بشارلمان ، وقبل ذلك اتصلوا بالمسلمين فى أوروبا نفسها ، لما قامت الدولة الاموية فى الاندلس ، تسربت ، شيئا فشيئا ، المبادىء والآراء ، التى كان لها نصيب كبير فى حركة الاصلاح الدينى ، كما كان لها نصيب غير مباشر فى توجيه آراء الفلاسفة الذين مهدوا للثورة الفرنسية فثاروا ضد الكنيسة ثورة لم يكن لها من باعث الا اعتقاد ببطلان مارددته الكنيسة من آراء ، وما استعملته من طقوس وقد بدأت الدعاية للنظريات الثورية فى فرنسا ، تعمل جهارا ضد الانظمة القائمة بمجرد انتهاء عهد لويس الخامس عشر وقد وجدت آراء الفلاسفة صدى فى قلوب الناس ، فاشتد تبرم الشعب بالحكام يوما بعد يوم . ورأى الناس هناك أن الفكرة المسيحية تتعارض مع مقتضيات حياتهم اليومية ، ومع التطور العلمي ، وفى مجال السياسة اتسعت الهوة بين الشعب وبين الحكومة . فلم تفهم الحكومة نوايا الشعب واتجاهاته والشعب لم يفهمها ، وفقد ثقته فيها ، واحترامه لرجالها ، وقد انحط مستوى الحكام ، فلم يعد هناك وزراء من أمثال الكاردينال ريشيليو ، وأصبح الانقلاب قاب قوسين أو أدنى . ووجد الشعب كتابا وفلاسفة يعبرون عن عواطفه

وما يحتدم بجوفه ويصورون له المستقبل المنشود ، وشاعت آراء هؤلاء بفضل الطباعة والتأليف وترددت فى الطرق والمحافل والمقاهى والحانات الصغيرة ، وفي دور التمثيل وعلى ألسنة الشعراء ، وفى الحكم والأقوال المأثورة . واعتنق الشعب دينا جديدا ، هو الطبيعة والانسان الطبيعي وحقوقه المؤسسة على القانون الطبيعي .

وكانت الآراء الجديدة متضاربة ، ولكن الشعب قد هضمها ، واستخلص منها ان الانسان يولد خيرا لا شريرا ومعه نعمة العقل ، وله الحق فى السعادة ، وهو قادر على حكم نفسه وما عليه الا أن يبنى المجتمع على أساس مستفاد من الطبيعة ، ويتضامن آحاد المجتمع ، فيكون الشعب كله هو السلطة وهو السيادة .

وفى هذه المرحلة من تاريخ فرنسا ، قاد الفكر الجديد مونتسكيو ، والفيلسوف الشاب « فولتير » وكانا في أول الأمر يكتبان لتسلية الناس ، ولكن البؤس قد أخذ بالخناق وتفاقم الفساد السياسى ، وكثرت فضائح رجال الدين وصارت تروى علانية ، وتلقفت الدعاية الشعبية كل هذا وكانت كالنار حينما تسري فى الهشيم ومن بعد فولتير ظهر « جان جاك روسو » وهاجم الدين وظهرت مدرسة من أمثال « هلفيتوس » و « رينال » و « هولباخ » وأكد « روسو » نظرية سيادة الأمة ، وفكرة الانسان الطبيعي ، وهاجم هو « ومبادئ »

فكرة الملكية . واحتضن هذه الآراء التقدمية الفسيوقراط ومعهم « تورجو » و « كوندورسيه » .

وكانت هذه الفلسفة ذات نتائج بعيدة المدى ، فاذا كان للفرد حق السعادة ، فان الجماعة يجب أن تعمل لاسعاد جميع آحادها ، وعلى ذلك أصبحت النظم القديمة عقيمة لانها لاتحقق هذا الغرض العام . وعلى هدي من تفكير روسو قالوا ان فكرة الطبيعة مؤداها أن السيادة فى الشعب ومادام أن الشعب يولد طيبا ، فالحكومة تكون طيبة وفاعلة للخير إذا كانت من الشعب ومؤدى ذلك ان تكون الحكومة منتخبة ، والنتيجة العمل لاسقاط الملكية .

واستمر النقد ينخر كالسوس فى عظام الملكية ويقوضها من الأساس ، وكانت الحكومة عاجزة عن مقاومة هذا التفكير . وازاء هذه المثالية التى تأبي إلا أن تدمر الأوضاع الخاطئة أراد البعض أن يقوموا بعمل مضاد ، فاستعان الحكام بالبوليس وبالرقابة على المطبوعات ، واحتكروا الصحافة حتي كانت العازيت التي يصدرها Renaudot الجريدة الرسمية لوزارة الخارجية ولكن الآوان قد فات ، والحكومة نفسها فتحت بضعفها الباب الذى دخلت منه الثورة . فقد أصدر مجلس الوزراء قرارا فى ٥ يوليوسنة ١٧٨٨ ، كان دعوة للرجال المستنيرين بأن يتقدموا ، للحكومة بما يعن لهم من برامج الاصلاح ، فكان ذلك إقرارا للنزعات اليسارية

وهاجت الخواطر ، وطالب الكل بتغيير الدستور ، وتجريد ذوى السلطان من امتيازاتهم ، وعجزت الحكومة عن أن تقبض على ناصية ذلك التيار الفكرى الجارف .

وتلك مرحلة انتقال فذة فى تاريخ الدعاية . فأخذت طابعها المعروف فى العصر الحديث إذ أن الآراء التي ترددها كانت أشبه بدين جديد ، وكان عملها منظما ومرتبا ، لامرتجلا وكان نشاطها مضطردا .

ويقول Tocqueville إن تلك الدعاية كانت شبيهة بدعاية الاسلام فالثورة كانت ثورة عقيدة ، وكانت لها مبادئ تغذت بها ، وقد اتسمت بالتطرف والغلو في التعصب ، وزرع العقيدة الجديدة فى قلوب الناس ، وأقسم الذين اعتنقوا الدين الجديد أن ينصروه ، مهما احتملوا من تضحيات ، وهـــذا القسم معروف فى تاريخ الثورة الفرنسيـــة ، باسم Serment du Jeu Paume . والثورة قد اتجهت إلي قلب الانسان بوصف أنه إنسان ، فكانت ثورة عالمية . وما كان لها أن تقف داخل حدود البلد الذي انطلقت منه ، فريح الحرية قد هبت علي أوروبا كلها ، فهزت عروش ملوكها علي الاطلاق .

والآراء الجديدة ، قدتسربت إلي ألمانيا وإيطاليا وأسبانيا ولما قامت الثورة كان يحملها الذين هاجروا من تلك البلاد ،

مثل البارون البروسي Gloôts وأولئك قد ألفوا الجمعيات السرية ، لخدمة الثورة .

وما كان الرجعيون ليقفوا مكتوفى اليدين ، فقد اشتد سخطهم ، ولما وجهت الثورة ضرباتها إلى الاقطاع ، ولما صادرت أملاك الكهنة ورجال الدين ، ظهرت دعاية مضادة للثورة تزعمها Rehberg فى ألمانيا بصحيفته المسماة Gazette d,Iéna وفى انجلترا نادى مناد يقال له Burke بوجوب إعلان حرب مقدسة على الثورة الفرنسية ، ومن الرجعيين أيضا السويسري اليهودي Zimmermann والبابا الذي أعلن سخطه على الثورة فى ربيع سنة ١٧٩١ . واجتمعت الجمعية الوطنية الثورية فى ١٩ نوفمبر سنة ١٧٩٢ ، وقررت أنها تمد يد المساعدة والاخاء للشعوب التي تخضع لنير الحكومات الرجعية ، كما قررت إنشاء مراكز دعاية لمبادىء الثورة فى نقط مختلفة بالحدود الفرنسية .

ولكن ، كان على الثورة قبل أن تجتاح أوروبا نفسها أن تملأ صدور الفرنسيين جميعا بحيث يؤمنون بها أشد الايمان ولم تترك الثورة وسيلة إلا واستخدمتها ، وكانت الأندية التى عمت أرجاء البلاد أقوى وسائل الدعاية والتبشير بدين الثورة . وكانوا يعولون على الخطابة وقوة البيان ، وبسحر البيان سقطت رؤوس الخونة ، وقاد الزعماء جماهير الشعب ، وقلبوا أنظمة الحكم . وكان هؤلاء الزعماء غالبا من طائفة المحامين

ومنهم ميرابو ، وبرناف ، ودانتون وروبسبير .

وإلى جانب منصة الخطابة ، لعبت خشبة المسرح دورا هاما . وقد افتتحوا العهد الجمهوري برواية شارل التاسع ، التي مثلت في مختلف أنحاء البلاد ، وكانت تنديداً شديداً بالملكية ، وصادفت نجاحاً عديم المثال. وفي هذا الأتون الملتهب ، غيروا الأزياء ، وقلبوا جميع الأوضاع ، وكل فرد فى الشعب ، أقام من نفسه جنديا من جنود الثورة ، وأوحي إلى نفسه أنه من الأبطال.

ولجأت الثورة الفرنسية فى دعايتها للحفلات الشعبية الكبيرة ، والمواكب الضخمة ، والمظاهر الرنانة واحتكرت الصحافة وهيمنت عليها هيمنة تامة ، واحتل بعض رجال الصحافة مناصب الدولة ، ولما تضمنت وثيقة حقوق الانسان التى أعلنتها الجمعية الوطنية في ٢٤ أغسطس سنة ١٧٨٩ ، النص الخاص بحرية الصحافة تأسست في باريس فى أقل من ثلاثة أشهر مائتين وخمسين من الصحف الجديدة ووضعت نفسها فى خدمة مبادىء الثورة ولكن الثورة مالبثت فى السنوات التالية أن أضحت حربا عوانا على حرية الرأى والعقيدة ، وأصدرت قوانين مقيدة للصحافة ومن ذلك المرسوم الصادر في ١٢ أغسطس سنة ١٧٩٢ ، والذي تضمن هذه العبارات :

«Les empoisenneurs de l'opinion publique tels que les auteurs des divers journaux

contre - révolutionnaires seront arrêtés, et leurs presses, caracteres et instruments, seront distribués entre les imprimeries patriotes ».

وصادرت الثورة صحف المعارضة وحطمت أقلام الكتاب ، وأزهقت أرواح البعض منهم ، وفي ١٨ أغسطس سنة ١٧٩٢ أصدرت الجمعية الوطنية ديكريتو بانشاء إدارة رسمية حكومية للدعاية ، وكانت تسمى « le Bureau d'Esprit». وكانت إدارة من إدارات وزارة الداخلية ورصدت اعتمادات طائلة لهذه الادارة ، واستخدم وزير الداخلية هذه الاعتمادات فى إصدار نشرات كانت كبحر تسبح فية فرنسا ، وجربت المصروفات السرية في شراء الذمم وفى إرسال حملات دعاية للاقاليم وكانوا يؤلفون هذه الحملات من مندوبين عن السلطة التنفيذية ، يقومون بتوزيع النشرات والمطبوعات الرسمية ، ويحثون على الطاعة العمياء للثورة ، وتأليف الجمعيات المؤيدة لها ، وصناعة الأسلحة والتعبئة الشعبية العامة .

وقد أنجبت الثورة الفرنسية ، نابليون بونابرت ، وهو الذى وجه كبير عنايته للرأى العام ، وتسلط عليه . وكان جل اعتماده على الصحافة . ولما قاد الجيوش في سهول لومبارديا بايطاليا ، كان قد رتب أموره مع صحف باريسية تدعو له

وتهاجم خصومه . بل كان بونابرت مؤسسا ومديرا لبعض الصحف ومنها L'armée d'Italie وصحيفة La France Vue de L'armée d'Italie وفى حملته على مصر رافقه الصحفيون وأنشأ المطبعة الأهلية لطبع صحيفته المسماه Courrier d' Egypte .

ولما عاد إلى بلاده ، وصار رجل الساعة فى فرنسا ، أراد أيضا أن يكون سيد الصحافة بلا منازع فاحتكر الصحافة وأدوات تربية الفكر ومخاطبة الناس . وفرض قيودا مرهقة على حرية الصحافة حتى كانت هذه القيود صوت عذاب ، وأوصد من الصحف ما أوصد حتى لم يبق فى باريس سنة ١٨١١ سوى أربع صحف كانت أشبه بنشرات تصدر عن إدارة المطبوعات بوزارة الداخلية .

وكان من رأي نابليون ، أن الصحافة لا ينبغي أن تكون أكثر من أداة فى يد السلطة التنفيذية ، فلا يجوز لها أن تعالج موضوعات لا ترى الدولة من مصلحتها أن تعرف هذه الموضوعات ، أو تنشر المعلومات الحربية ، التى يمكن أن يستفيد منها العدو ، أو تمس الدين ، من قريب أو بعيد لأن ذلك يثير الفرقة ، بين الفرنسيين ، وإنما تكون الصحافة مرآة للرأي الرسمي ، ولا تستق معلوماتها وأخبارها إلا من المصادر الحكومية .

ونابليون الذى ذهب هذا المذهب، حينما جلس على عرشه

الامبراطورى ، قد نسى أنه اشتغل محررا باحدى الصحف ، وهو صغير ، ومع ذلك استمر على صلة بالصحافة ، بشخصه فكان يحرر الجريدة الرسمية ، أو يوحى بالموضوعات التي تكتب فيها ، وكانت جريدته تهاجم انجلترا هجوما عنيفا ، وتصوغه فى قالب رسائل . تدعى أنها مرسلة إليها من مراسلها بلندن . وكذلك تناولت تلك الصحيفة الرسمية المسائل الداخلية فى إطار ما يوافق عليه الامبراطور . وكلما اعتزم نابليون الهجوم بجيوشه على بلد من البلاد ، كان يمهد لذلك بحملات صحفية ، تهيء الرأى العام لاحتمال الحرب ونكباتها ونتائجها وكان يغمر أرجاء القارة الأوروبية بصحفه ، وكان يصدر منها أعدادا خاصة .

كان بونابرت شغوفا بمجده ، وفى سبيل هذا المجد سخر الصحافة ، والأقلام ، واستخدم مختلف وسائل الدعاية بما فى ذلك القصر ، والأوامر الامبراطورية والنشرات الدورية التي كانت توزع على رجال الجيش ، والأزياء الرسمية التي تأخذ بالألباب . وكان من أعز أمانيه أن يخلق جيلا من الفرنسيين يؤمن به ، وأراد أن يصنع هذا الجيل فى جامعة فرنسا ، ولكن :

ليس كل ما يتمنى المرء يدركه تأتى الرياح بما لا تشتهى السفن

* * *

وكان لنابليون على مسرح السياسة الأوروبية أعداء ألداء ، من أمثال البرنس « ميترنيخ » وهؤلاء بدورهم ، استخدموا الدعاية فى مناوءة عدوهم ، وبعد سقوطه سخروها فى تثبيت دعائم العروش ، واستعملوا نفس الطرق التي لجأ إليها بونابرت . ومن الأقوال المأثورة عن «ميترنيخ» : « إن الصحافة فى يد بونابرت تعدل قوة جيش قوامه ثلاثمائة ألف مقاتل » .

ولم ينس أولئك الذين اشتركوا فى الحلف المقدس ، أن تيجانهم مكفولة بصمت رعاياهم وتسليم الشعوب بالأمر الواقع ولم تذق الصحافة فى القارة طعم الحرية ، فاعتمدت الدعاية لقلب أنظمة الحكم على الجمعيات السرية ، والأندية والنشرات التي لا حصر لها . ووجدت فى الطبقة الكادحة مرتعا خصبا واستطاعت فى فرنسا أن تحدث انقلاب شهر يوليو سنة ١٨٣٠

وهذه الثورة ، قد وجهت الأنظار نحو المسائل العمالية ، وفتحت الباب للدعاية الاشتراكية ، التي أعدها بعض أصحاب النظريات من أمثال «لوى بلان» Louis Blanc و« كاديت» Cadet و «برودون» Proudhon ، وآزرهم آخرون من أمثال «فلورا تريستان» Flora Tristan وهؤلاء استعانوا بالدهماء وقادوا الجماهير . واشتد ساعد الحركة الاشتراكية ، وأضحت مع الوقت بعيدة الغور . وكان رأس المال Capital مادتها الدسمة ، ولم تكن الجماهير واعية بحيث تدرك معنى

رأس المال ، ولكنها كانت ترمز له في المهرجانات الصاخبة والاجتماعات اليومية والخطب المثيرة ، وانطلقت الدعاية الاشتراكية حتي عمت الريف ، وتغلغلت فى مختلف طبقات المجتمع ، ولاسيما الموظفين والطبقه المتوسطة ، وساعد التصنيع على رواجها .

ولكن لويس نابليون ، قد أمكنه أن يقهر انتصار الدعاية للجمهورية ، وأن يحول التيار لمصلحته الشخصية . ومما ساعده علي الوصول إلي غرضه أن الفرنسيين كانوا يرنون بقلوبهم إلى مجد بونابرت ، ويعتزون بذكراه ، فاستغل نابليون الثالث هذا الشعور إلى أبعد الحدود .

وظلت الدعاية التي نجحت فى إعادة الملكية أداة العرش وسلاحه الوحيد . ولكنها كانت دعاية دفاعية ضد التيارات المضادة ، وقد صودرت حرية الصحافة باسم النظام . ولكن السلاسل والأغلال ، لا تلبث أن تجد العاملين علي تحطيمها فعادت المطبوعات السرية ، والدعاية الخفية ، التى استمرت طيلة عهد الامبراطورية الثانية . وانتشرت الخلايا العمالية ، والجمعيات السرية ، وجدت فى تحطيم النير ، وطلب العودة إلي الجمهورية ، والتخلص من طغيان الفرد ، والقضاء على الملكية التي اعتبروها خرافة قديمة ، لا ينبغي أن تعيش فى عصر الصناعة .

واستخدمت هذه الدعاية الحرة الوسائل العلمية والفنية

الجديدة ، فالصحافة التى استفادت بتطور الطباعة وصناعة الورق ، قد ذاعت ، وصارت الصحيفة تشترى بثمن بخس ، درهما ، أو ماهو أقل من الدرهم ، والمواصلات قد تقدمت ، فحملت وسائلها الصحف والمطبوعات وبعثرتها فى أنحاء البلاد بسرعة ، وكذلك ساهم التلغراف والتليفون ، فى مد الصحف بالأخبار والأنباء .

وما من طبقة فى المجتمع إلا وقد صارت لها صحف تقرأها خصوصا وأن محاربة الأمية قد أتت بأطيب الثمرات ، وآن للشعب أن يباشر أموره السياسية ، ويحكم نفسه بنفسه .

ولكن الصحافة فى ألمانيا ظلت أسيرة الدولة ، وعرف « بسمارك » وهو الداهية ، الذى لا يشق له غبار ، كيف يستخدمها ويحتكرها ببراعة وحزم ، وكان له مكتب رسمي للصحافة ، اسمه Literariasches ، وكان هذا المكتب يغذى الصحف التى تعمل لحساب بسمارك فى مختلف أنحاء أوروبا ويمدها بالمال ، وبالدعاية نجح بسمارك فى تهيئة رأي عام أوروبى استساغ حرب ألمانيا ضد الدانمرك ، وضد النمسا ، وضد فرنسا ، ويذكر عنه التاريخ أنه استأجر الأقلام ، واشتري ذمة صاحبة الجلالة ، فى أكبر دورها ومعاقلها ، وكان لبسمارك متحدث رسمى من رجال الصحافة اسمه «موريتزبخ» Moritz Busch ، وكان هذا المتحدث الرسمى يتلقي من سيده التعليمات اليومية ، والتوجيهات الخاصة

بالمقالات التي يوحي بسمارك بكتابتها في أكثر الصحف انتشارا . ولقد لمس مستشار الرايخ قوة الصحافة حينما احتلت ألمانيا جزءا من أرض فرنسا في سنة ١٨٧٠ ، فاصدر هناك جريدة اسمها Le Nouvelliste de Versailles ، وكان يديرها مستشاره الآنف الذكر ، وكانت لسان حال الدولة المحتلة . وأنشأ بسمارك إدارة صحافة بوزارة الخارجية الألمانية في سنة ١٨٧٠ ، لتبشر في العالم كله بمجد ألمانيا وعظمتها ، وهذه الادارة كانت تتصرف في اعتمادات مالية كبيرة وضعت تحت تصرفها .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، ولدت الدعاية مع حرب التحرر من نير الانجليز ، في الثلث الأخير من القرن الثامن عشر ، ولما وصل محرر العبيد « ابراهام لنكولن » إلي كرسي الرئاسة ، في مستهل النصف الثاني من القرن الماضي ، وقضى علي الرق ، فانقسمت الولايات المتحدة على نفسها ، وانفصل الجنوب عن الشمال ، واشتعلت نيران الحرب الأهلية زهاء أربع سنوات ، استخدمت الدعاية في الشمال والجنوب على السواء ، وكل فريق كان ينشر دعايته خارج أمريكا لكسب رأى عام عالمى . والدعاية هي التي أوقدت نيران الحرب بين الولايات المتحدة الأمريكية وأسبانيا ، فالصحافة الشعبية كانت تلهب العواطف وتؤجج القلوب بمقطوعاتها التي هولت وبالغت في تصوير عسف المستعمر

الاسبانى واتهامه بالوحشية ، وقالت هذه الصحافة لشعب الولايات المتحدة إن عليه أن يخوض غمار حرب يدافع فيها عن المستعبدين من بنى جلدته .

وجملة القول إن الدعاية قد تربعت على عرشها فى مختلف أرجاء العالم فى أواخر القرن الماضى . ولكنها مع شديد الأسف ، قد منيت بالانتهازيين ، فزورت ، وضلت ضلالا بعيدا ، وسارت أحيانا وراء العواطف ، وجرت فى عروقها دماء دنسة بالرشوة وحب الشهوات . وكانت تلبس قناع الوطنية لتضلل الشعوب ، وتدفعها للعدوان والاستعمار ، ونشر الفساد فى الأرض ، وهيأت فى الحياة الدولية جوا من الحقد وسوء الظن والدس الرخيص ، فكان لابد من المجازر ، والحرب التى وقودها الناس والحجارة ، وتلك نهاية التجارب العلمية والفنية في الدعاية ، مما يباهى به الرجل الأبيض فى القرن العشرين ، وهل حضارة هذا القرن التى يتغنى بها إلا لون من العذاب لذوي الضمائر النقية ، وضروب من الكذب والبربرية المنظمة ، التى عدت على المثل العليا فقوضتها من الأساس ؟ !

* * *

وبقيام الحرب العالمية الأولى ، دخلت البشرية والدعاية معا فى طور جديد ، وأنشأت الدولة التى خاضت غمار هذه الحرب إدارات فنية للدعاية ، تعمل بطرائق علميـــة ، في

الحرب والسلم علي السواء . وقد تبين أن الحرب الحديثة تعتمد إلى حد كبير على مدي التأثير على الجماهير . ولا يمكن الاكتفاء بالقوة المسلحة فى الابقاء على وحدة الوطن وكيانه وأن الدعاية هى الجيش الخامس الذى يضمن النصر فى الحرب.

وقد وصلت البلاد الأنجلوسكسونية فى مضمار الدعاية الحديثة شأوا بعيدا ، وإن تكن ألمانيا قد سبقت غيرها فى سنة ١٩١٤ فأنشأت إدارات مختلفة لدعاية الحرب ومنها إدارة بوزارة الخارجية وأخرى فى وزارة البحرية ، ومكتب للسياسة والاستعلامات تابع لهيئة أركان الحرب الامبراطورية ، وهذا المكتب الأخير كان يدير الصحافة الحربية ، ويراقب حالة البلاد المعنوية . ولكن ألمانيا ، دون غيرها من البلاد التى اشتركت فى الحرب لم توفق في القيام بدعاية منسقة وفعالة ، طبقا لخطط سياسية وعسكرية ، وكانت كلما شعرت بالعجز فى هـــذه الناحية تنشىء إدارات جديدة ، ولكن هذه السياسة لم تكن سديدة . وتحت ضغط الحوادث اضطرت فى سنة ١٩١٧ لأن تكل إلى « ليدندورف » العمل على رفـع معنوية الشعب والجيش ، وصد تيارات الدعاية الشيوعية ودعاية الحلفاء التي كانت أشبه بأعاصير تهز ألمانيا هزا شديدا ؛ فنشطت الدعاية الألمانية بالنشرات والصحف والمكتبات والحفلات الساهرة ، ولكن الأوان قد فات ، ولم تكن تلك الدعاية ثمرة تفكير هادىء ، وبحث عميق .

وكذلك كانت الدعاية الفرنسية موزعة بين أربع إدارات، تعمل كل واحدة منها بمعزل عن الأخرى، فادارة تدعو فى الخارج، وثانية تشرف على الصحافة المحلية ، وثالثة تدرس الصحف الأجنبية ، ورابعة تشن الحرب السيكولوجية ضد العدو .
وفى الخــارج ، اعتمدت الدعاية الفرنسية على رعايا فرنسا المنبثين فى مختلف البلاد ، وعلى المؤسسات الفرنسية الخاصة ، وأنشأت فى سنة ١٩١٦ «دار الصحافة» Maison de la presse لتوجه تلك المؤسسات وتمدها بالاعانات، وما لبثت تلك الدار أن ألحقت «بادارة الاستعلامات فى وزارة الخارجية» وهى التى حولها « كليمنصو » فى سنة ١٩١٨ إلى « قومسيرية عامة للاستعلامات والدعاية فى الخارج » ، وكان أهم ما عنيت به ترويج الآراء الفرنسية خارج فرنسا ، وفى الداخل ، فرضت رقابة عسكرية على الصحف ، كانت توجه بمعرفة مكتب الصحافة فى وزارة الحرب. وفى سنة ١٩١٥ ، أوجدوا إدارة استعلامات برئاسة «جورج ماندل» مدير مكتب كليمنصو، وكانت تابعة لهيئة أركان الحرب ، ثم حولت إلى إدارة فى وزارة الخارجية تقوم بدراسة ما يكتب فى الصحف الأجنبية .

وأما الحرب السيكولوجية ضد العدو ، فقد نيطت بمكتب خاص فى وزارة الحربية ، وهذا المكتب أمكنه أن يستعين بالسلاح الجوى ، ويلقى بقذائفه الدعائية فى جبهة القتال ،

خلف صفوف الجيش الألماني ؛ ويعزي النجاح فى هذا الفرع إلي رجلين لم يكونا من أصل فرنسى ، فأحدها من الالزاس ، واسمه « هانسى » Hansi والآخر منحدر من سلالة ألمانية واسمه «تونيلا» Tonnelat . ومن أسباب الانتصار الذى أحرزه هذا الفرع قبل غيره ، كونه قد تحرر من الروتين ، وكان يعتمد على المتطوعين ، وكانت له أهداف واضحة .

وبعد أن دخلت الولايات المتحدة فى غمار الحرب في ١٦ أبريل سنة ١٩١٧ ، بأسبوع واحد ، قدم ثلاثة وزراء هم ، « لا نسنج » وزير الخارجية ، « وباركر » وزير الحربية ، و « دانيل » وزير البحرية ، طلبا إلي الرئيس ولسون ، أشاروا فيه باتخاذ إجراءات تمنع تجسس العدو ، وإنشاء لجنة حكومية تشرف على الرقابة ودعاية الحرب . وفى اليوم التالى ، يوم ١٤ أبريل سنة ١٩١٧ أنشأ الرئيس ولسون « لجنة الاستعلامات العامة (C. P. I) Committee on pullic Information وكانت مشكلة من الوزراء المذكورين ، ولكن رئاستها قد أسندت إلي صحفي يقال له «جورج كريل» S' Creel ، وهذا الصحفي الذي كان من قبل من النكرات ، كان روح اللجنة وقلبها النابض ، وإليه يرجع الفضل فيما حققت من نجاح بعيد المدى .

والشعب الأمريكي يمقت الرقابة كما يمقت الدعاية ، وكان

على اللجنة المشار إليها أن تمنع تسرب الأنباء العسكرية إلى العدو ، وأن تغذي الشعب بالأنباء المستقاة من ميادين القتال مع المحافظة على روح الشعب المعنوية وإيمانه بالنصر . وقد استطاعت اللجنة أن تؤدى واجبها بلباقة وسعة حيلة ، دون أن تضع قيودا على حرية الشعب وقد قسمت عملها إلى شعبتين، واحدة للداخل ، والأخرى للخارج ، وقامت بمختلف أعمال الدعاية ، فيما عدا الدعاية العسكرية التي تركت للجيش يباشرها بنفسه دون تدخل السلطات المدنية ، وهذا لم يمنع من المعونة التي كانت تقدمها اللجنة إلى الجيش . والقسم الداخلي قد انفرد بالاستعلام والدعاية للحرب فى داخل البلاد ، وكانت رسالته العمل على حفظ الروح المعنوية للشعب فى درجة عالية ، مع تزويده بالأنباء ، وإذكاء حميته واستنفاره لبذل كل مرتخص وغال في سبيل النصر ، وقد تنوعت أساليب هذا القسم ، طبقا لملابسات الحال ، ولكل مقام مقال. وزحفت دعاية القسم الخارجى ، على البلاد الحليفة والصديقة والمحايدة ، فغزت العالم كله ، في أوروبا ، وبلاد اسكانديناوا ، وفى آسيا ، وفي القارتين الأمريكيتين ، وتنوعت الوسائل بتنوع البلاد .

ولما وضعت الحرب أوزارها صدر قرار بحل هذه اللجنة في ٣٠ يونيو سنة ١٩١٩ . وقد سجلت فى تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية نجاحا لم تسبق إليه بفضل استقلالها ، ونفوذ رئيسها الذى اشتد ساعده ، بسبب أواصر الصداقة

بينه وبين الرئيس ولسون ، وقد كان الرئيس يرجع إليه فى كل أمر يمكن أن يؤثر على الرأى العام الأمريكي ، من قريب أو بعيـــد ، وقد تحرر « كريل » من الروتين ، والطرائق البيروقراطية ، وكان له أعوان من الخبراء والمتخصصين ، وكذلك جندت اللجنة جحافل المتطوعين ، وعرفت كيف تلهب صدورهم ، وتشحذ عزائمهم ، ولم تدع للشعب الأمريكي برهة واحدة يتطرق إليه فيها الشك فى النصر المبين .

وفى بريطانيا بلغ جهاز الدعاية أوج التقـــدم والدقة فى سنة ١٩١٨ ، ووصل إلى مستوى نظيره فى الولايات المتحدة الأمريكية ، بل بزه فى الحرب السيكولوجية التي شنها على ألمـانيا وحلفائها ، وفي بداية الحرب ، كانت بريطانيا تعتمد فى الدعاية على نشاط الأفراد والمؤسسات الخاصة ، فتألفت جمعيات واتحادات ، لا يتناولها الحصر ، والشعب البريطانى ، يهيم بوطنه ، إلى حد الجنون ، ولا يضع حدا للبذل في سبيله ؛ وحسبنا أن نذكر من تلك المنظمات التي أوجدها الشعب لتقوم بواجب الدولة فى الدعاية لبريطانيا والتجسس لحسابها اللجنة المركزية الوطنية المسماة Central Gommittee for national patriotic organisation واللجـــنة البرلمانية المسماة Parliamentary war aims committee وهذه اللجنة الأخيرة كانت تحارب النزعات السلمية . وكلما

ضاعفت الحكومة من نشاطها فى الدعاية ، كانت إدارتها الرسمية تحل شيئا فشيئا محل المنظمات الخاصة ونشاط الأفراد .

وقد بدأت بانشاء مكتب دعاية الحرب المسمى Wallington House، وظل هذا المكتب يعمل حتى سنة ١٩١٦ ، وكان هذا المكتب هو الادارة الرسمية الوحيدة التى تباشر الدعاية البريطانية في الخارج ، وذلك فيما عدا تغذية الصحف بالأنباء ، إذ ترك هذا العمل فى داخل بريطانيا لمكتب الصحافة ، وفى خارجها لمكتب الاستعلامات بوزارة الخارجية البريطانية .

ومن وسائل الدعاية البريطانية وقتئذ طبع ونشر الكتب والنشرات ، ومختلف المطبوعات ، وكانت تنشر خطب رجال السياسة وغيرهم من الرسميين ، وتصريحاتهم ، على العالم ، فى أوسع نطاق ، وكذلك عنيت بتوزيع المطبوعات المصورة ، والكاريكاتور والصور والأفلام على مراكز الدعاية البريطانية المنبثة فى سائر أنحاء الأرض ، كما قدمت المساعدات المختلفة والرشاوي للصحفيين الأجانب ومراسلي الصحف الأجنبية ، وكانت تنتهز كل مناسبة لعقد أواصر الصلات بين كبار الشخصيات البريطانية ، والرجال المسئولين فى مختلف بلاد العالم ، وأوفدت من أوفدت من الانجليز من برلمانيين وغيرهم ليخطبوا أو يحاضروا ويكتبوا فى الخارج . ولم تترك وسيلة إلا استخدمتها لحمل العالم كله على الايمان ببريطانيا والسير فى فلكها .

ومن أبرز الأعمال التى قامت بها الدعاية البريطانية نشر تقرير بريس Bryce فى سنة ١٩١٥ عن الفظائع والأعمال الوحشية التي ارتكبها الألمان فى بلجيكا ، وقد ترجم هذا التقرير إلى ثلاثين لغة ، وكان غاصا بالأكاذيب والمبالغات التي أخرجت بأسلوب بارع . وسلطت بريطانيا دعايتها على الولايات المتحدة الأمريكية ، كي تجرها إلي ساحة الوغى ، وتحصل منها على ضروب المعونة المادية ، وأنشأت لهذا الغرض إدارة سرية خاصة ، نيطت باثنين من كبار الانجليز وهما السير « جلبرت باركر » والسير « جوفرى بتلر » وكانت هذه الدعاية تترنم بصلات الدم والمصاهرة ووحدة المصلحة بين البلدين ، ومن العبارات التى ذاعت وقتئذ فى مخاطبة انجلترا لأمريكا ، هذا التعبير Hands across the sea ومن المسرحيات التي كانت تخرجها تلك الدعاية المسلطة على الشعب الأمريكي المقارنة بين الاستعمار الألماني وتصويره في صور وحشية ، والاستعمار البريطانى الذي يخفى مخالبه القاتلة ، ويلبس مسوح القساوسة .

كان « بيت ولنجتون » إدارة سرية ، وما لبثت انجلترا أن خلقت بجانبه إدارات وأجهزة أخرى ، وانتهت تجاربها بانشاء وزارة الاستعلامات البريطانية فى سنة ١٩١٨ ، لتقوم بالدعاية فى البلاد الحليفة والبلاد المحايدة ، ولكنها تركت الدعاية فى ألمانيا وغيرها من بلاد الأعداء لادارة جبارة كان يرأسها

اللورد « نور ثكليف » ، وكانت هذه الادارة تابعة مباشرة لرئيس مجلس الوزراء ، ولوزير الحربية ، في وقت واحد .
أما الدعاية فى الداخل فقدتركت «للجنة الوطنية للأغراض الحربية » National war aiws committee وفى أواخر الحرب وحدوا تلك الادارات المتعددة .

* * *

كل تلك الأجهزة ، التي تقدم الكلام عنها ، كانت متشابهة وخصوصا في الأغراض التي تعمل لها ، فكانت تدعو فى الداخل ، وتدعو في البلاد الحليفة والصديقة ، وتبشر فى البلاد المحايدة ، ثم توجه الدعاية إلى بلاد الأعداء .

والمطلوب في الداخل هو رفع معنوية الشعب ، حتى يحتمل أهوال الحرب ، ويبذل فى سبيل النصر أقصي مافي وسعه أن يبذله . ومحاربة الأخبار التي تأتي من جانب العدو ، أو من جبهة القتال ، ومقاومة دعاة التردد والهزيمة ، ونشر الأخبار التى تثير الحمية ، وتحمل على استمرار النضال والمقاومة . ولذلك فرض جميع المحاربين رقابة على صحفهم ، واختلفت هذه الرقابة فى شدتها ، فكانت فى ألمانيا لاتعرف هوادة ولا لينا ، وكذلك فعلت فرنسا ، ولم تكتف الرقابة هناك بمنع بعض الأخبار والمقالات ، وإنما كانت توجه الكتاب وأقلام التحرير وتصور التعليمات المختلفة ، ليكون النشر ملائمـا للأغراض التى ينشدها المسئولون عن نتيجة الحرب ، وفى هذا

التوجيه والايحاء كانت تشترك السلطات المدنية والعسكرية وفي ألمانيا كانت الصحف المتعددة تظهر أحيانا وكأنها تصدر عن دار واحدة وهيئة تحرير واحدة . وكانت الصحف الألمانية شديدة الطواعية ، لما جبل عليه الرجل الألماني من حب الوطن والنظام ، وأما صحافة فرنسا فقد طالما هاجت وماجت ، وأعلنت سخطها على الرقباء .

وكان الأمر على عكس ذلك في بلاد الانجلوسكون ، فالصحافة في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية تمتعت بحريتها . وفي بريطانيا صدرت في أغسطس سنة ١٩١٤ ، قوانين ، تسمى قوانين الدفاع عن المملكة المتحدة ، وهذه القوانين خولت الحكومة حق الاحتفاظ بسرية بعض الأنباء ، وكان لها تبعا لذلك أن تخضع الصحف لرقابتها، ولكنها لم تفعل ذلك ، واكتفت بمؤتمرات يومية ، كانت تعقد في إدارة الصحافة ، ويحضرها ممثلو مختلف الصحف ، وتتلى عليهم الأنباء كاملة ، ثم يقال لهم هذا النبأ قابل للنشر ، وذاك النبأ لايجوز نشره ، والأمر متروك لضمائرهم ووطنيتهم . ولم يحدث قط أن نشرت صحيفة خبرا لاترى الحكومة نشره ، ولم يحدث أثناء الحرب أن اضطرت الحكومة لمعاملة صحيفة واحدة بمقتضى القانون . وكذلك كانت أجهزة الدعاية والاستعلامات في الولايات المتحدة الأمريكية تعالج المسائل في جلسات عائلية ، وبلغة ودية .

وفي بريطانيا وأمريكا قامت الدعاية بأعمال إيجابية على جانب كبير من الأهمية ، من مطبوعات ومهرجانات ونحوها وكانت تعول على المتطوعين ، وكان هذا أكثر وضوحا فى الولايات المتحدة الأمريكية ، فاللجنة التى تقدم الكلام عنها كانت تجند المتطوعين ، ونظمت ما يسمى « بالدقائق الأربع » ، إذ انطلقت فرق من الرجال من مختلف الأعمار ومن مختلف الطبقات ، وكانوا يوزعونها في المدن والقرى ويستوقف كل واحد من المجندين لهذا العمل أحد مواطنيه فى أى مكان يلقاه دقائق معدودات ، ويحدثه عن الحرب ويثير حميته ، ويدعه ليتلقف غيره وهكذا . وكذلك وزعت ملايين النشرات ، ووضعت الاعلانات الأخاذة فى مفترق الطرق ، ونظمت المهرجانات ، واستغلت كل المناسبات ، وخصوصا فى عيد الاستقلال في يوم ٤ يوليو سنة ١٩١٨ .

والدعاية فى الخارج ، في وقت الحرب ، تختلف باختلاف العلاقة مع البلد الذي توجه إليه ، وباختلاف مزاجه وعقليته وقد تبادل حلفاء الغرب الدعاية فيما بين أنفسهم ، ونسقوا جهودهم ، وكان التبادل فيمن يحاضرون أو يراسلون الصحف وفي النشرات ، والمعارض وما إلى ذلك . وكذلك نظمت الدعاية التي وجهت إلى البلاد المحايدة ، وكانت تستهدف جرها إلى الميدان أو إبقائها خارجه طبقا لمقتضيات الحال ، ولظروف كل بلد . وقد انتفعت الولايات المتحدة الأمريكية

بوسائلها الآلية والفنية فأغرقت القارات بدعايتها ، وسخرت أسلاك البرق والاذاعة اللاسلكية ، وكانت شيئا جديدا ، واستخدمت وكالات الأنباء ، وعبأت صفوت الصحفيين وحملة الأقلام ، واستعانت بالأفلام السينمائية ، وكانت تطبع من كتب الدعاية والنشرات المصورة الملايين ، وكان الرئيس ولسون ، صاحب المبادىء المعروفة ، داعية من الطراز الأول وكانت خطبه وبياناته مادة دسمة لأجهزة الدعاية الأمريكية . ولطالما ألقت هذه الدعاية مسئولية الحرب على ألمانيا وحدها وهولت في تصوير جرائمها ووحشيتها وتغنت بالحرية الاقتصادية والمبادىء الانسانية ووجدت صدى ورنينا فى مختلف أركان الأرض. وكانت تنادي دول أوروبا الوسطى للاستبسال فى المقاومة ، وتبشر بعدالة وديمقراطية عالمية .

ووقفت الدعاية الألمانية مكتوفة اليدين إزاء دعايات الحلفاء الخبيثة . وفى بداية الحرب قطعت ألمانيا عامين ونصف عام ، وهى توجه دعايتها للولايات المتحدة رجاء أن تكسبها فى صف النمسا والمجر أو تستبقيها على الحياد . واستعانت ألمانيا بستة عشر مليونا من بنيها ، كانوا يعيشون كأمريكيين في الولايات المتحدة ، وكانوا يزاولون مختلف المهن ، وكانت لهم صحفهم ومدارسهم ومنظماتهم وقد عارضوا أشد معارضة إمداد الحلفاء بالسلاح والعتاد ، وحاولوا القيام ببعض أعمال التخريب . ولكن باءت تلك الجهود بالفشل ونجح وايزمان

الصهيوني فى التأثير على صديقه ولسون ، وانتصرت اليهودية الدولية فجرت أمريكا إلى الميدان ، بجانب حلفاء الغرب . وكان الألمان صريحين أكثر مما يلزم . وكان ينقصهم الدهاء والمكر وسعة الحيلة ، ولم يكونوا خبراء بنفسيات الشعوب . وكانت دعايتهم تدور حول تعلق الشعب الألمانى بالمبادىء الانسانية الرفيعة ، وأن تقاليده كريمة ، وفيها خير كثير ، وأنه رءوف بأعدائه ، وحينما تحيق بهم الهزيمة ، يحافظ على أملاكهم ، ولا يعتدى على الحرمات . وكان الألمان يبرئون أنفسهم من المسئولية عن الحرب ، ويقولون إنهم شعب منتج تغمره السعادة ، ولذلك يحسده جيرانه ، ويعتدون عليه ولا يملك إلا أن يدافع عن نفسه وأنه ضحية أطماع القيصرية الروسية والرأسمالية الانجليزية وعصابة من ساسة فرنسا ، وأولئك هم الذين قذفوا بأوروبا فى أتون الوغى . وألمانيا التى اختارتها عناية الله ، من بين دول أوروبا ، لتدير دفة الأمور فيها ، تحترم قانون الشعوب وترعاه . ونددت الدعاية الألمانية بالصحافة الفرنسية التى ضللت مواطنيها ، وأشاعت الأكاذيب . وقالت إن الشعب الألمانى مستعد لمصافحة اليد التى تمدها إليه الدول التى تطلب السلام ، ولكن حلفاء الغرب لايرومون سلاما وأمنا .

وقد استعملت ألمانيا عدة وسائل فى نشر هذه الدعاية فاستخدمت الاذاعة ، وكانت سلاحا جديدا ، واشترت صحفا

وأقلاما في مختلف بلاد أوروبا . ولكن الدعاية الألمانية قد افتقدت أهم عنصرين فى الدعاية ، وهما التنظيم المحكم ووضع الخطط والبرامج مقدما ، والدراية التامة بعلم النفس الاجتماعي وطبائع الأمم . على أنها أحرزت بعض النجاح فى الجبهة الشرقية . أما الفشل فى الجبهة الغربية ، فلا أدل عليه من أن الحرب السيكولوجية التى شنتها ألمانيا على بريطانيا وفرنسا وأمريكا لم تحرك ساكنا عند شعوب تلك البلاد . وأنشأت ألمانيا صحفا فى البلاد التى احتلتها ، ولكن تلك الصحف كانت تتسم بأنها مأجورة لحساب العدو فولدت ميتة وقاومتها الصحافة السرية أشد مقاومة .

وعلى عكس ذلك نجحت دعاية أمريكا فى التسرب إلي صفوف الجيش الألمانى ، وألقت عليه ثلاثة ملايين من الأطنان من المنشورات والمطبوعات ، وأغرته برسالة ولسون المشهورة . وكذلك تعرض الجيش الألمانى لقذائف الدعاية الجوية من لدن الفرنسيين والانجليز فحدث قلق شديد فى صفوفه ، وبلبلة فى الأفكار ، ولذلك طلبت ألمانيا الهدنة وهي منتصرة عسكريا ، وجيشها كامل العدد والعدة . ولا يفوتنا أن نذكر أن بعض البلاد المحايدة ، قد استؤجرت فى تهريب بضائع دعاية الحلفاء ، وتوصيلها إلى الجيش الألمانى والشعب الألماني والبلاد التي كان يحتلها الألمان . وكان الانجليز فى بعض الأحيان أطول باعا من غيرهم في التأثير على الألمان ، وقد لعبت الجاسوسية

البريطانية التابعة للاميرالية ، وتلك التي كانت تعمل تحت إشراف وزارة الحرب البريطانية أدوارا شيطانية ، ونشرت أكاذيب ، ونبغت فى التلفيق والغش والخديعة ، وهذه صفات تتصل بطباع الرجـــل الانجليزي ، وقد استخدمت انجلترا الأسري الألمان فى ترويج أكاذيبها لما ألقت فى روعهم أنها لاتقول إلا الحق ، ولا تنشد إلا السلم .

ومما هو جدير بالذكر أن اللورد «نورثكليف» حينما عين مديرا للدعاية في بلاد العدو ، فى فبراير سنة ١٩١٨ ، قد ركز هذا النشاط فيما يسمى Crewe house ومنذ شهر يوليو سنة ١٩١٨ أطلق على مهمة هذا البيت اسم British war mission وقد طلب من مجلس الوزراء الموافقة على خطة مرسومة يعمل بمقتضاها ، وكان قد عاونه فى وضع هذه الخطة رجال آخرون من أمثال السير « كامبل ستيوارت » و« ويكهام ستيد » وتنفيذا لهذه الخطة ، سددت الضربات أولا إلي النمسا والمجر ، بغية إحداث اضطراب داخلى فيها ، ثم فصلها من ألمـانيا . وخاطبت تلك الدعاية أول ماخاطبت عناصر الأقلية واستعدتها على بيت «هابسبرج» وعقد «استيد» مؤتمرا فى روما فيما بين ٧و٩ ابريل سنة ١٩١٨ ، لممثلي الشعوب التي يستعبدها آل هابسبورج ، وكان هذا المؤتمر لونا من الدس الرخيص الذى تخصصت فيه انجلترا ، طيلة حياتها السياسية ، وكان نشاط المؤتمر يتلخص فى مطالبة

تلك الشعوب بالحرية والاستقلال ولما بدت بشائر هذا العمل أنشأ الحلفاء لجنة مشتركة ، اتخذت روما مقرا لها ، وجعلوا عمل اللجنة استمرار إشعال الفتنة التي أثيرت في ذلك المؤتمر.

وبعد النمسا والمجر اتجه الهجوم إلي ألمانيا مباشرة ، بنشر الأخبار المزعجة والمثيرة والملفقة في صفوف الجيش الألماني ، والشعب الألماني كذلك ، والقول إن ألمانيا مهددة بالخراب ، والمسئول عن ذلك هو عاهلها غليوم الثاني ، وخلق نغمة المطالبة بتخليه عن العرش ، ثم التأثير بالدعايات الملفقة على الأسرى الألمان ، إلى حد حملهم على إرسال خطابات إلى ذويهم ، تتضمن بيانات مقلقة ، ومن شأنها بلبلة الأفكار ، وإثارة الخواطر. وفي شهر أغسطس ١٩١٨ ألقت الطائرات على الجيش الألماني أربعة ملايين من المنشورات ، وارتفع هذا الرقم إلي خمسة ملايين في شهر أكتوبر ، ووصلت الدعاية حد الذروة من النجاح قبل أن تطلب ألمانيا الهدنة بأيام . وقد نسق حلفاء الغرب جهودهم ، في تلك الدعاية السيكولوجية ، بحيث كانت لهم جبهة مشتركة يحاربون فيها حربا نفسية . ونجاح الدعاية على هذا النحو ، هو الذي نبه دول العالم إلي مسألة على جانب كبير من الأهمية ، ألا وهي أهمية الدعاية والحاجة إليها كعمل استراتيجي دفاعي وهجومي. وأضحت الدعاية السياسية أداة فنية معقدة تستخدم ، في الحرب والسلم ، على أوسع نطاق .

وقديما كانت الدول تستعين بالدعاية السياسية ، فى المناسبات ، ولكن بعد الحرب العالمية الأولى ، صارت تستخدم يوميا وبانتظام. وقد احتلت مكانها في كل جماعة منظمة. وقد تطورت المشكلات السياسية الداخلية والخارجية، فنمت الدعاية نمواً سريعا ، بتعقد تلك المشكلات . وكما تعول عليها البلاد الديموقراطية ، التى تؤمن بالتمثيل النيابى ، وتأخذ بنظام الانتخاب المباشر ، عولت عليها الدكتاتوريات لتبرير تصرفاتها ، واغتصابها للسلطة أو حجرها على الأفكار والمعتقدات . وبانتشار العلوم ، تقدم وعى الأمم ، وليس يكفى أن تنظم الحياة بقوانين ، بل يجب إقناع الشعوب بأن تلك القوانين عادلة ، وأنها تستهدف مصلحتها . وثمة سبب آخر لتطور الدعاية ونموها ، وذلك السبب هو تفاقم المشكلات الاجتماعية ، والصراع بين طبقات مختلفة يتألف منها المجتمع ، ومثال ذلك المنازعات ، بين العمال وأصحاب الأعمال ، وتلك المشكلات لا تعالج بالقوة ، أو تحل بسيف القانون ، بل لا بد من الاقناع والاقتناع . وفى هذا المجال تولد نظريات وتغلى العواطف، وتضطرم الآراء والمعتقدات . وأخيراً نهضت الدعاية بتقدم العلوم والمخترعات ، وكلما تيسرت لها وسائل جديدة وأسلحة جديدة ، فتحت أمامها ميادين العمل والانتاج . وقد أشرنا ، فيما تقدم إلى اختراع آلة الطباعة فى القرن الخامس عشر ، ويجب أن نذكر الثورة

الصناعية فى آخر القرن التاسع عشر ، هذه الثورة التى ساعدت على نشر الأخبار فى الحال ، فى مختلف أنحاء العالم ، فالتلغراف والتليفون ، واللاسلكى والآلة الكاتبة ، واللينوتيب ، والسينما والراديو ، كلها ساهمت فى تقوية الدعاية السياسية وتدعيمها .

ومن الظواهر السياسية الهامة ، بعد الحرب العالمية الأولى ، والتى كانت نتيجة مباشرة لهذه الحرب ، أن الفردية قد اختفت ، وحلت محلها الجماعة ، فالفرد كان يضحى فى الحرب بالملايين ، ولم تعد حياته كفرد ، وطلباته ، قطب الرحى فى نشاط الدولة ، وإنما الجماعة هى كل شيء . وقد تضاءلت فكرة الوحدة ، والتضامن بين بنى الانسان ، وأضحى الفرد وسيلة ، والجماعة غاية . واعتادت الشعوب على لون من الاشتراكية ، لم يكن معروفا قبل الحرب ، وتبعا لذلك تغيرت الأنظمة ، وانتقلت الاشتراكية من حيز الواقع إلى مجال التقنين .

وهذا التحول من الفرد إلى الجماعة ، استتبع تغييرا فى طرائق رجال السياسة ، فهم محتاجون إلى الجماعة لتؤيدهم ، ولأن نفوذهم يرتكز على هذا التأييد ، يعملون لمصلحة الجماعة ، بغض النظر عن الفرد ، وحرية الفرد وسعادته ، ويراقبون الجماعة حتى لا تشق عصا الطاعة عليهم . ولا يمكن قهر الجماعة بالقوة ، كما كان الحال من قبل ، بل لا بد من التسلط على العواطف والمشاعر ، وتعبئة ضمائر الأفراد ، للسيطرة

على التفكير الاجماعى . فالديموقراطية الغير مباشرة ، رجعت إلى الوراء ، وحلت محلها ديموقراطية الكتل الشعبية ؛ ولكن الجماهر لا تستطيع أن تباشر بنفسها شئون الحكم . وإنما تلقى بثقلها فى الحياةالسياسية بوساطة ما يسمى «بالرأى العام» فحكم الجماعات هو حكم الرأى العام ، وإذا كان الفرد قد تنازل عن شخصيته لحساب الجماعة ، فقد تنازل أيضا عن التفكير بمفرده ، والنظر للأشياء من زاويته الشخصية . وهنا تدخلت الدعايه السياسية ، لتنظيم الرأى العام ، وضبطه ، والقبض على ناصيته ، فصارت الدعاية أهم جزء فى تلك الآلة التى تسمى الدولة ، لأنها تستخدم فى تكوين الآراء والمعتقدات ، وتنميتها أو مقاومتها . ولذلك أضحت الدعاية فناً دقيقا ، وأداة من أهم أدوات الحكم . ولكن الحقيقة الثابتة هى أن الفرد هو الذى تتسلط عليه الدعاية لاقناعه ، لامستقلا عن الجماعة كما كان الحال من قبل ، بل ممتزجا بها ، فالموضوع واحد ، وإن تغير الاطار .

والدعاية قديما وحديثا تسوس الرأى العام .

الفصل الرابع

الرأى العام

الطابع المميز للدعاية ، هو أن لها هدفا معروفا ، وهو الانسان . وهى تسلط أشعتها عليه ، منذ فجر التاريخ . ولذلك كانت الدعاية دائما وأبدا ، ذات خاصية إنسانية واجتماعية . ولما كان المراد بالدعاية ، حمل الانسان على اعتناق رأى من الآراء ، أو التصرف فى مسألة من المسائل على نحو معين ، فان المحور الذى تدور حوله الدعاية هو الرأى العام . ولما ارتقت الدعاية ، وصارت فناً ودراسة ، وضعت موضوع الرأى العام فى المقام الأول ، من المسائل التى تعني بها ، وتحللها فى معاملها السيكولوجية والاجتماعية .

وفى عصور ما قبل التاريخ ، لازمت فكرة الرأى العام نشاط الدعاية والدعاة ، ففيما بين القرن السادس والقرن الرابع،قبل ميلادالمسيح ، عرفت الصين الحرب السيكولوجية كسلاح دفاعى وهجومى . وكذلك كان الحال فى أثينا : وفى عصر الرومان .

وفى العصر الحديث ، وضع « ميكيا فيللى » كتابه

« الأمير » ، فى القرن السادس عشر ، وقال ناصحا لأميره : «يجب أن تكسب ثقة الشعب ، والشعب هو القوة الجبارة». ونقرأ فى مؤلفات شكسبير ، علي لسان هنرى الرابع هـذه العبـارة ، التى تدل على إدراك لقيمة الرأى العـام

Opinion, that did lelp me to the crown.

وفى سنة ١٦٧٢ ، وضع وليم « تمبل » W. Temple مؤلفا عن الحكومة وطبيعتها ، وقال فيه : « إن الرأى هو دعامه الحكم ، وهو الذى تستمد منه السلطة نفوذها ، والسلطة تنبع من القوة ،وأعني قوة المحكومين، وهم الكثرة، وأما القلة الحاكمة ، فلا نفوذ لها بغير تلك القوة » . وفى موضع آخر من هذا الكتاب ، قال « تمبل » : « لا تقوم حكومة إلا على أساس من رضا الشعب ، أو بتأييد عدد لايستهان به من أبناءالشعب » . وفى سنة ١٦٨٩ ردد «لوك» Locke هذه المعانى ، وذكر أن هناك ثلاثة أنواع من القوانين : القوانين الالاهية ، والقانون المدنى ، وقانون الرأى ، وهذه القوانين هى التى تسوس البشر ، وتضبط حركات الانسان . ووضع « جان جاك روسو » مؤلفه « العقد الاجتماعى » فتوج تلك الآراء بقوله إن الارادة العامة ، تستطيع وحـــدها أن توجه قوى الدولة نحو غاية يستهدفها نظام الحكم فيها . والفارق بين نظرية روسو ، ونظريات الذين سبقوه ، هو أن روسو قد بحث المسألة من

زاويتها القانونية فى حين أن غيره عالجوها من الناحية الواقعية.

وفى سنة ١٩٣٧ ، ظهر مؤلف عن « ثورات الجماهير » لكاتب إسبانى ، يقال له « جوزيه اورتجاي جاسيت José Ortagay Gasset » وجاء فيه : « إن مباشرة السلطة لا تتم إلا بتأييد من الرأى العام . هذه حقيقة أزلية ، فاليوم ، وقبل ألف سنة ، وفى بلاد الانجليز ، كما فى الأدغال ، ما انعقد حكم لفرد ، على ظهر البسيطة ، إلا بسند من الرأى العام . ونحن لا نستطيع أن نصدق أن سيادة الرأي العام ابتكار جديد جادت به قريحة المحامى « دانتون » فى سنة ١٧٨٩ ، أو أنها من وضع « سانت توما دا كان » ؛ ولربما عرف الناس معنى الرأى العام فى القرن الثالث عشر ، أو قبله أو بعده ، فهذا لا يهمنا فى قليل أو كثير ، ولكن الحق الذى لا مراء فيه ، هو أن الرأى العام قوة متأصلة فى المجتمع الانسانى ، ومن هــذه القوة تنبعث سلطة الأمر والنهى ، وهى قوة قديمة كالدهر ، وهى كنظرية « نيوتون » فى الجاذبية ، فالجاذبية ، تولد الحركة ، والرأى العام هو جاذبية عالمية فى التاريخ السياسى ، ولولاها ما كان هناك تاريخ . وقد أثبت التاريخ أن سيادة الرأى العام ليست كلاما شعريا يقال أو مجرد أمل يداعب الخيال ، بل هي الطابع المميز للجماعات الانسانية . والسلطان الذى حكم بقوة العساكر الانكشارية ، كان يسند ظهره إلى رأى عام ، هو

الانكشارية » ، ومن مأثور ما قاله تاليران : « إن الحاكم لا يستطيع أن يجلس فوق أسنة الرماح » .

وندع أصحاب النظريات الفلسفية ، الذين يقال عنهم إنهم لم يمارسوا فن الحكم ، لنرى ما يقوله رجال السياسة من الطغاة ، وأعداء حرية الفكر ، فنجد بونابرت قد سجل فى مذكراته « بسانت هيلانة » هـــذه العبارة « سيكون ابني مضطرا لاطلاق حرية الصحافة ، فهذه الحرية تعتبر اليوم ضرورة لا غناء عنها » ، وكتب « مترنيخ » فى إحدى رسائله سنة ١٨٠٨ يقول : « إن الرأى العام هو العدةالقوية فى يد الحاكم ، والرأي العام كالدين تماما ، ينبعث من جميع طبقات الأمة ويتغلغل فيها ، وتقف الاجراءات الادارية حياله عاجزة . وأما الذين يستخفون بقوة الرأى العام فانهم يتحدون مبادىء الأخلاق » .

ولماذا نذهب بعيدا ؟ ! أفما كانت رسالة أعظم المرسلين ، تتجه إلي الرأى العام ، فتدعوه ، وتربيه ، وتصقله وتهذبه وتهديه ؟ ! تأمل فى قوله تعالى : «ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة » وقوله جل وعلا ، مخاطبا أكرم خلقه : « ولو كنت فظاً غليظ القلب ، لانفضوا من حولك » ، ثم انظر إلى هذه القاعدة الدستورية المتينة : « وشاورهم فى الأمر » . سنة الله فى خلقه ، ولن تجد لسنة الله تبديلا ، ولن تجد لسنة الله تحويلا .

وليست الشعوب قطعانا من الماشية ، يسوقها ذوو

السلطان ، بل تساهم الشعوب ، فى تصريف أمورها ، والاسلام منذ نيف وثلاثة عشر قرنا جعل الحكم بيعة ، أى ميثاقا غليظا بين الراعى والرعية ، وحدد الخليفة الأول ، أو الامبراطور الأول ، أبو بكر الصديق ، رضوان الله عليه سلطة الخليفة ، بهذه الكلمات الخالدات : « إنى قد وليت عليكم ولست بخيركم ، فان رأيتمونى على حق فأعينونى ، وإن رأيتمونى على باطل فقومونى . أطيعونى ما أطعت الله فيكم » . وقام من بعده أمير المؤمنين عمر بن الخطاب ، محطم دولتى الفرس والروم ، ولم يجد غضاضة فى أن يقول على ملأ من الناس : «أصابت امرأة ، وأخطأ عمر» . وأولئك الأخيار الأبرار ، قد ضربوا أروع الأمثال فى تقديس معنى الرأى العام ، لأن الاسلام هو الحرية ، بكل ما تحمله هذه الكلمة من معان .

وفى أوروبا ، بدأ الوعي والادراك ، فى المهد صبيا لما اهتدوا إلى آلة الطباعة فى القرن الخامس عشر ، وأمكنهم أن يروجوا بعض الآراء التى تسربت إليهم من الشرق الاسلامي ، وظهر دعاة ، وكتاب ، وفلاسفة ، يغذون الرأى العام . « هوبز » و « جبرائيل نوديه » ، « وواليم تمبل » و « لوك » ، كل هؤلاء وغيرهم مهدوا للثورة . وبعد الثورة آمنوا جميعا بقوة الرأى العام ، واشتغل كتاب السياسة وعلماء النفس ، ورجال القانون بتحليل هذه الظاهرة ، وأضافوا إلى العلوم علما آخر اسمه « علم النفس السياسى »

Psychopolitique وظهر « كارل ماركس » فى القرن التاسع عشر ، فأغرى الفلاسفة والمؤرخين بدراسة المثل العليا فى الحضارات المختلفة دراسة تحليلية عميقة ، ونبغ لينين ، فى فجر القرن الحالى ، واستطاع بعد دراسة وفلسفة أن يحدث انقلابا عنيفا فى روسيا فى سنة ١٩١٧ . وفيما بين سنتى ١٨٩٠ و ١٩٠٥ ، وجدت مدرسة فلسفية متخصصة فى علم النفس الاجتماعي ، ومن أساتذة هـــذه المدرسة « فورنيال » Fournial و « سيرجى » Sergi وروسى Rossi ، والدكتور « جوستاف ليبون » ، ورأى هؤلاء أن الجمهور كالفرد تماما له قوة مدركة ، وروح عامة أقل رتبة من روح الفرد لأنها تخضع للاشعور ، وتنوم تنويما مغناطيسيا . وقد شرح هذه النظرية «جوستاف ليبون» فى مؤلفه الذائع الصيت « سيكولوجيا الجماهير » Psycholagie des Foules ولكن كتابة ليبون سطحية جدا بالنسبة للعصر الذى نعيش فيه ، وقد بزه تارد الذى عالج المسألة بطريقة علمية ، وكان محايدا ، ولم يكن متشائما(١) ، وكذلك وضع « بول بورد » دراسة تحليلية ممتعة(٢) ، وأبرز العقيدة وأهميتها .

---

(١) مؤلف « تارد » Tarde ، L'opinion et la foule

(٢) Paule Bourde : Essais sùr la Revolution et la Religion

وانقسمت هذه المدرسة إلى شعبتين : شعبة جعلت هذه المادة من موضوعات علم النفس البحت ، ومن أساتذة هذه الشعبة « فرويد » Freud ، وأخرى ألحقت هذه الدراسة بعلم النفس الاجتماعى ، ومن علماء هذه الشعبة « ماكدوجال » Mac Dougall . وفى إيطاليا ظهرت مدرسة « باريتو » Pareto وتكلمت عن أساليب الدعاية ، وقالت إن الرئيس أو الزعيم يتسلط على الجماهير ، فتطيعه طاعة عمياء ، حينما يقدر على استغلال نزعاتها ، ودوافعها اللاشعورية بطريقة علمية . ولذا رأى « باريتو » أن تصريحات الانسان الشفوية ، وحركاته ، واستنتاجه ، لا تصدر ، في الغالب ، عن منطق ، وإنما تصدر عن عواطف ، وغرائز ، ومشاعر كامنة فى جوفه ، فالأساس في تصرفات الفرد ، هو الغريزة والعاطفة ، وليس المنطق والاستنتاج . وبمثل هذا قال « سبنسر » Spencer إن العالم تحكمه العواطف، وما الآراء إلا للارشاد ، وميكانيكا الاجتماع قائمة على الأخلاق ، لا على الرأى وتلك الآراء تختلف كل الاختلاف عن نظرية « ليبون » وأصحابه الذين قالوا إن الآراء هى التى تقود العالم. والمدرسة الايطالية تكشف لنا الميدان الفسيح الذى تغزوه الدعاية وتستغله استغلالا علميا ، إذ تخاطب القلوب ، لا العقول والأفهام .

وقد نشطت تلك المدرسة ، وظهر من رجالها فلاسفة من

أمثال « جورج سوريل » G. Sorel و « كارل مانهايم » Karl Mannheim ، ولكن منذ قيام الحرب العالمية الأولى ، أضحى « علم النفس السياسي » مادة مستقلة وقائمة بذاتها ، وكانت هذه المادة ثمرة التوفر على فن الدعاية السياسية والتخصص فيه ، إذ تبين أنه لابد من أن يوجد إلى جوار السياسة ووراء الدعاية أو رجالها خبراء يدرسون الرأى وطبيعته وتكوينه ، والدور الذي يلعبه والأمراض أو المؤثرات التى تعتريه ، والدعاية تعمل بهدى من هذه الدراسة والنتائج العلمية التى يصل إليها أساتذة هذا الفرع من فروع علم النفس . وبالتعمق فى هـــذا المضمار أمكن الاهتداء إلى استراتيجية للدعاية. والدعاية ، كما ذكرنا ، تسلط على الجمهور ، وما الجمهور إلا جماعة من الناس ، جمعتهم الظروف والمصادفات أو المصلحة أو غير ذلك فى مكان واحد . وكل فرد في هذا الجمع يتأثر بالجو الذى يتواجد فيه أكثر من تأثره بذاتيته ، ولطالما يفقد ذاتيته بمجرد وجوده ضمن الجماعة وينساق وراء الفكرة المشتركة ، ولكن الجمهور هو تكتل اجتماعى ، أو مجموعة آحاد ضمتهم حالة نفسية واحدة ، وتزداد أهمية الجماعات فى وقتنا الحاضر ، فيقال جمهرة قراء هــذه الصحيفة أو تلك ، وجمهرة مستمعي الاذاعة اللاسلكية . وأهم من يعني به الداعية من هذه الجماهير ، أولئك الذين يدفعهم إحساس موحد ، فيسهل إقناعهم . والفرد في العادة ، يشعر بحاجته إلى التواجد

ضمن جماعة ، لأنه فى العزلة ضعيف ، وبمجرد انخراطه فى سلك الجماعة يقلد ويندفع وراءها ولو على غير هدى . والجماعة لا تتحرك بغير قيادة ، وقد تكون هذه القيادة زعيما أو مبادىء تدين بها كما يدين الناس بالكتب المنزلة . ولكى تنتظم الجماعة ، لا بد من أن يكون لديها استعداد للتغاضي عن الفوارق ، وإغفال الفرقة . وحينئذ يقف الجدل ، ويصبح الرأى مبسطا وسهلا ، وتسير الجماعة بحركات تلقائية ، وهي عادة لا تفكر ولا تقدر ، ولا تحفل بالمسئوليات ، وإنما تكون حركاتها انعكاسات للغرائز ، وقد تدفعها إلى العنف والقسوة ، وتجعلها عديمة الصبر ، قليلة الاحتمال ، شديدة الأنانية ، ويهزها الحماس وتبهرها البطولة ، ذلك لأن جذوة العواطف ، والانفعالات ، لا تترك مجالا للتروى ، بل تدفع نحو العمل السريع ، وطلب العاجلة ، والمبالغة إلى حد التعصب ، وإشباع غريزة الدفاع عن النفس ، وهى من أقدم الغرائز فى الانسان ، وحينما تنطلق تقاتل وتناضل وقد تخرب . والجماهير لا تستطيع أن تقف جامدة وقتا طويلا ، فلا بد لها من رجل يحركها أو صور أخاذة تهزها .

والجماهير لا تحب أن تنتقد كثيرا ، لأنها تتغذى بالعبارات الجوفاء ، والكلمات الرنانة : حرية ، وطن ، بلوريتاريا ، ولهذه الكلمات ، كما للثورة مفعول سحرى عند الجماهير التى تأخذ

بظواهر الأشياء ، وتعتنق المذاهب والآراء بالمصادفات المحضة .

وهذا يفسر لنا مستوى تفكير الجماعة ، وهو مستوي رجل لا يستقرىء ، ولا يستنبط ، بل يصدق مايلقى به إليه فى عبارات خلابة ، ويفعل ما يؤمر به . وحسبنا برهانا من فلاسفة الثورة الفرنسية ، فقد كانوا حقا فلاسفة وحكماء ، ولكنهم فى أتون الثورة ، كانوا يقدمون العواطف ، على ما يقول به العقل والمنطق السليم ، وكثيرا ما عبثوا وأتوا بالأعاجيب .



والرأى العام ، هو تيارات مختلفة ، تتكون نتيجة اتصال الآحاد بعضهم ببعض. ويرى علماء النفس أن أوشاج الصلات بين الناس من نوعين : نوع أولي وآخر ثانوي . والصلات الأولية ، هى الصلات المباشرة والمستمرة ، كصلة الرجل بأفراد أسرته أو بأصدقائه المقربين إليه ، وهي صلات مستديمة ومتجددة . والصلات الثانوية ، هى من نوع صلة الفرد بالطبقة الاجتماعية التى ينتمى إليها ، كصلة العامل بالعمال ، الزارع بالزراع ، وليس حتما أن تكون بين المرء وبين من يتصل به بصلة ثانوية معرفة ، بل الصلات الثانوية مجردة من الأسباب التى تؤدي إلي تبادل الرأى أو اتحاد

المشرب ، كصلة الدم أو الصـــداقة ، ومثلها صلة المصرى بالمصريين ، فانها غير شخصية ، ولا تتجه إلى فرد معين بالذات ، ولكن إلي الجنس ، ولكي تكون الصلة من هـذا النوع تتوفر العناصر الآتية : —

١ — عدد من الناس يتصل بهم الانسان في حياته اليومية ، فهو يتصل بالحوذي ، والحلاق ، والبقال وبائع الصحف ، مثلا ، وليس من الضروري أن يعرف أحدهم .

٢ — صلات اجتماعية عارضة ، وفي حدود لا تتعداها .

٣ — طابع اقتصادي ، فيتغلب عنصر تبادل المنفعـــة والمصالح والخدمات على ما عدا ذلك من الاعتبارات .

خذ مثلا ، كمسارى الترام ، الذى يشتغل بالخط رقم كذا وهو الخط من بيتك إلى مقر عملك ، قد يكون هو نفس الكمسارى الذى تلقاه كل صباح ، ولكن لا يعرف أحدكما الآخر ، ولا يسري بينكما تيار الفكر أو العاطفة ، بل تعطيه القرش ، ويعطيك التذكرة ، وقيمة التذكرة محددة مقدما بمعرفة شركة الترام ، فليس ثمة مجـال للمناقشة أو الأخذ والرد .

وفي الجماعات الصغيرة والفطرية ، يكون الأمر غير هذا ، ففي القرية يذهب الفلاح إلى الجزار ، ويشترى منه اللحم ، ولكن يعرف بعضهما بعضا معرفة تكفي للحديث في شئونهما

الخاصة ، وفي الشئون العامة التى تهمهما ، فتعد هذه الصلة من النوع الأولى . وقديما ، وحينما كانت المعاملة تتم بالمقايضة لا بالنقود كانت الصلات أولية . وكلما انتقل الانسان إلى الحياة الحديثة ، وعاش فى المدن الكبيرة الصاخبة يجد أن الصلات الأولية تتضاءل شيئا فشيئا ، وتخلى السبيل للصلات الثانوية . وفى بعض البلاد كنيويورك توشك الصلات العائلية أن تصير ثانوية . وفى مجتمع تغلب فيه الصلات الثانوية على الصلات الأولية ، تتعدد المصالح ، حتى تصير أساس صلات الانسان ، وتبعا لذلك يختلف الحكم على الأشياء ، وعلى الأفراد ففي جماعة تعمها الصلات الثانوية ، لا يمكن أن يكون الحكم على أفرادها صحيحا لصعوبة المعرفة الشخصية . ومن ناحية أخرى ، تصبح الحياة آلية ، ولا يعرف الناس بعضهم بعضا بالسهولة والبساطة ، المعروفة فى قرية صغيرة أو في مجتمع أولى.

طبيعة الرأى العام

هناك رأى عام ، ورأى خاص . ولكن ، مامعنى كلمة رأى . ؟ الرأى هو التعبير عن فكرة ، ويجب أن نفرق بين الحكم والرأي ، وبين الحكم علي الحقائق والحكم على الوقائع ، ولكى نبين الفرق ، بين الرأي والحكم ، نضرب لك مثلا . جرت الانتخابات ، ولم يفز حزب ما بأكثر من عشرة فى المائة من الأصوات ، وتبحث عن الأسباب ، فتقول إن هذا الفشل

يرجع لكون الحزب لم يكن له برنامج مفهوم أو مستساغ ؛ هذا هو حكمك على الحزب ، ولكن تصويتك ضده أو لصالحه ، هو رأيك فيه . ويختلف الرأى عن الاتجاه ، والاتجاه هو اتخاذ موقف معين فى مسألة مما يرى فيها الناس رأيا . والآراء ليست عامة ، بل هي نسبية ، وليس حتما أن يكون كل رأى مبنيا على مسوغات ، أو هو نتيجة لمقدمات منطقية ، والآراء تختلف عن المشاعر والعواطف والعقائد .

وكل مسألة تصلح لأن تكون موضوعا لرأى ، فالانسان يستطيع أن يرى رأيا خاصا فى أي حادث يقع أو قانون يصدر ولكن هذا رأيه هو وليس رأيا عاما . والصعوبة فى معرفة ما إذا كانت الآراء الخاصة ، فى موضوع ما قد صارت رأيا عاما . وهذه مسألة يشتغل بها المؤرخ ، والصحفي وأستاذ علم النفس ؛ وبعد البحث والتمحيص يقال : يرى الناس كذا أو يرى المصريون كذا ، أو الرأى العام فى المسألة هو ..الخ

ونستطيع أن نعرف ، من ملابسات الحال إن كان هناك رأى عام فى مسألة أم لا يوجد رأى عام ، فحينما ترتكب فى حي من الأحياء جريمة خطيرة ، يشغل الكلام عنها تفكير الناس في ذلك الحى ، فتوجد حالة رأى عام ، ولطالما يضل الرأى العام فى الحكم على الأشياء ، ولكن هذا شيء آخر غير مسألة وجود رأى عام فى الموضوع .

ونستطيع أن نعرف إن كان هناك رأى عام من وقع

المسائل والحوادث على الجمهور . وتختلف انفعالات الجماهير عن الرأى العام ، فتلك الانفعالات لا تكون عادة نتيجة رأى ولذلك قد يتظاهر الجمهور لرأى ، ثم لا يلبث أن يتظاهر فى اليوم التالي للرأي المضاد .

ولا نود أن نتطرق لبحث تلك الدقائق الفنية ، فخبراء الدعاية يدرسون موضوع الرأي العام ، وكيف يتكون ، وما يعتريه من ذبذبات أو هزات دراسات فنية معززة بالاحصاءات والرسوم البيانية . ونكتفى بأن نقرر إن الرأى مضافا إلى الجمهور ، هما المجال الذي تعمل فيه الدعاية . ويقال إن الفرد الواحد يحمل فى طيات عقله لونين من الآراء . فهناك آراء منقوشة فى اللاشعور ، ومرجعها عقائد عميقة راسخة ، وهي لا تتزحزح ولا تلين ، وتوجد بجانبها آراء سطحية ومتناثرة ، وهى آراء مكتسبة وغير مستقرة وقابلة للتغيير ، وللتناقض ، ويمكن العدول عنها . والآراء الراسخة هى التي تكون شخصية الفرد ، ولكن اللون الثاني من الآراء يخضع لمختلف المؤثرات الاجتماعية . ومما لا ريب فيه أن المرء يشاطر جماعته الكثير من الآراء الراسخة العميقة ، ويحصل بين الأفراد تبادل لاشعوري ، وتنقل طبيعى في تلك الآراء فالعقيدة الدينية مثلا ، تولد مع الانسان نتيجة ميلاده فى أسرة تدين بهذا الدين الذى يعتنقه ، وعمل الدعاية هو التأثير على النوع الثانى من الآراء ، ولكنها تعجز عادة عن اقتلاع رأى راسخ

ومتأصل . وليس ثمة مايمنع من أن تنوم الآراء العميقة ، وتعطل بصفة عارضة ومؤقتة ، ولكنها لا تنتزع . ولذلك يقال عن الرأي العام إنه متموج وغير مستقر . والآراء السطحية التي هي مادة الرأى العام ، ليست بمعزل عن الآراء العميقة المتأصلة ، بل هي على اتصال بها . ولذلك تعمل الدعاية للتأثير على العقائد الراسخة ، وتناجيها ؛ ويعانى الدعاة مشقة كبيرة حينما تكون الآراء التي يبشرون بها ، متعارضة مع المعتقدات ، وتكون مستحيلة كلما استحالت الملاءمة بين ما ينادون به ، وما هو راسخ ومستقر فى القلوب ، والأمر يتوقف على لباقة الداعيه ، وسعة حيلته . ولذلك كانت الدعاية الألمانية فى مناهضتها للشيوعية ، تستثير عواطف المسيحيين في أوربا باعتبار أن الشيوعية منافية للأديان ، وتحاول باهاجة الشعور الدينى أن تستنفر الشعوب المسيحية ضد الشيوعية . وعلى هذا المنوال تعمل دعاية الكتلة الغربية الآن فى بلاد المسلمين ، لتقيم من العقيدة الاسلامية سياجا ضد المبادىء الهدامة ، وتيار الشيوعية. وفى ظل الدعاية الأمريكية، عقد أخيرا مؤتمر في بيروت ، يضم رجال الكنيسة وبعض علماء الدين الاسلامي ، ووجهت الدعوة لحضوره إلى فضيلة الأستاذ الأكبر شيخ الجامع الأزهر ، وغرض المؤتمر البحث عن المبادىء المشتركة بين الاسلام والمسيحية ، مما يصلح لأن يكون مادة للتأثير على شعوب الشرق الأوسط ، لتناهض

الشيوعية . ولكن أحدا لم يدع إلى مؤتمر كهذا لبيان حكم الاسلام علي الاستعمار الرأسمالى ، وهـذا هو السر في فشل كثير من الجهود التي تبذلها جمعية أصدقاء الشرق الأوسط الأمريكية وضياع الأموال التي تنفقها الدعاية الأمريكية فيهذه الرقعة من العالم هباء منثورا ، والدعاية لاتنجح إلا إذا تنزهت عن المآرب الخاصة .

ويمكن القول بوجه عام إن الدعاية في ذاتها فن يحتال به الدعاة على الرأي العام ، محاولين التوفيق بين ما يقولون ، ويكتبون ، وبين العقائد الكامنة بين جوانح الصدور . وليس في مقدور أي فرد أن يدعى أنه أقام شخصيته وكون آراءه متحررا من الوسط الذى يعيش فيه ، والبيئة التي تلقي منها الشيء الكثير بالميراث ، وهو يظهر فى صور تختلف باختلاف ظروف كل فرد ، ومايعتريه فى حياته الخاصة ، وفى مراحل إعـداده وتكوينه وإلى جانب عامل الوراثة البيولوجية والنفسية ، تتدخل الجغرافيا ، والمناخ ، والسن ، والمركز الاجتماعي ، وغريزة التقليد ، والمنطق ، وكلها عوامل تتفاعل فينشأ عنها التفكير الفردى ، ثم الرأي العام ، تبعا لذلك .

والعدوى الاجتماعية تعتبر من الأهمية بمكان . ويندر أن تجد فردا لا تنعكس عليـه التيارات التي تمر ببلده وبالمجتمع السياسى الذي يعيش فيه . وكل فرد يتأثر باتجاهات وآراء عشيرته وجيرانه بدرجة تتفاوت بتفاوت الاستعداد الشخصي.

وكل امرىء يحمل في رأسه وعاء آراء متعددة ، وتفكيره يمكن أن يكون في وقت واحد نتيجة لآراء الذين يشاطرهم العيش ، وعاملا من عوامل تكوين تلك الآراء . ولولا ذلك ما كانت هناك وحدة اجتماعية ، فالآراء التي تتلاقى وتتفاعل هي التي تقرب بين الناس ، وتقيم الروابط الاجتماعية والسياسية ، وحينما تتضارب الآراء يتقاتل الناس ، وحينما تمتد الخصومة بين الرأى العام في بلد ، والرأى العام ، في بلد آخر ، تتفجر الحروب .

وجملة القول ، إن الرأى العام هو التعبير عن القيم الاجتماعية . وله قوة جبارة غير ظاهرة ، وهذه القوة السحرية هى التي تضبط الأجرام ، وتقف وراء القوانين . ولا يستطيع الحاكم أن يتجاهل هذه الحقيقة ، بل هو مضطر لأن يحدد موقفه من الرأي العام ، وينظم علاقته بهذه القوة السرمدية ، ويحركها ، والويل له إذا استهان بها أو تحداها . ولذلك فان فن الحكم يعتمد على دراية واسعة بالرأى العام ، وتوجيه له ، وهذه هي وظيفة الدعاية السياسية .

وتلك هي نقطة الابتداء في ميكانيكا الدعاية .

الفصل الخامس

نظرية الدعاية السياسية

تستخدم الدعاية ، « علم النفس السياسى » ، فى تحقيق أغراضها ، وتستعمل فى العصر الحديث ، وسائل وأساليب علمية ، ومن كل هذا يتألف إطار مايسمى الآن « بنظرية الدعاية » ، تلك النظرية التى صاغها علماء السياسة ، بعد تجارب طويلة ، ودراسات لعصور مختلفة .

والذى يهمنا أن نعرفه من هـذه النظرية ، هو الخاصية المميزة لفن الدعاية ، وهى أنها جماعية أي توجه إلى الجماعات ، فهي لا توجه إلى أفراد ، ولا يلق بها لمعالجة حالات خاصة أو عارضة ، ولذلك ارتفعت الدعاية إلى المستوي الذى جعلها جزءا هاما فى جهاز الدولة ، ومرفقا عاما يستخدم فى أداء خدمة عامة ، على سبيل الدوام والاستمرار ، وتلك رسالة يباشرها القادرون على حملها ، طبقا لقواعد مستمدة من القانون العام .

وقد نادى « هوبس » بتركيز سلطات الدولة التى ألهها فى يد واحدة ، وتكلم عن وظائف هذه الدولة ، فذكر منها

وظيفة تكوين الأرواح والآراء ، وأباح لها أن تمنع انتشار بعض النظريات ، وتروج لغيرها .

وظهر لينين ، فألح في المطالبة بأن تكون الدعاية ، عدة دائمة من أدوات ذلك البناء المسمى الدولة . وعلى نفس الوتيرة قال الدكتور « جوبلز » في خطابه المشهور ، بنورمبرج ، في ٦ سبتمبر سنة ١٩٣٤ ، ما نصه :

« إن الدعاية السياسية ، وهي فن ، يقوم بغرس اتجاهات الدولة ، في قلوب الجماهير ، إلي الحد الذي يجعل الشعب مؤمنا بأنه ارتبط بالدولة برباط غليظ ، هذا الفن ، لاينبغي أن يقتصر عمله على التمكن من السلطة ، ولكن يجب أن يستخدم في إرساء قواعدها وتثبيت أركانها ، بعد أن تم الاستيلاء عليها . . . . . . إنه السلاح البتار في التمكين من الحكم ، وسيظل السلاح الأقوي في تدعيم الدولة وإقامة حوائطها ... هذا السلاح الذي استعملناه في الوصول إلي الحكم ، سيظل في خدمة الدولة ، ما دمنا مصممين على الاحتفاظ بمناصبنا ، فبه نتصل بالشعب ، ويتصل الشعب بنا » .

ومنذ أن ألقى « جوبلز » خطابه المشار إليه ، صارت الدعاية هي القوة المهيمنة على فلك السياسة . وهذا هو الحال في روسيا السوفيتية التي جعلت النظرية الماركسية انجيلا ، تنبع منه أنظمة الدولة . وتسير الدعاية مع كل عمل سياسي جنبا إلى جنب ، حتي لم تعد مجرد أداة في يد السلطة الحاكمة ،

وإنما هى بنفسها حكومة ، وتتغلغل فى سائر فروع نشاط الدولة .

وهل تستطيع أن تؤدى وظيفتها ، على وجه مرضى ، إلا إذا كانت لها وحدة وذاتية ، وانضوت تحت لوائها كل الأهداف والمثل العليا . ويتم ذلك باخضاع الدعايات الفرعية لفكرة عامة ، ووضع جميع وسائل الدعاية ، تحت إشراف إدارة مركزية ، تغذيها جميعها ؛ فهى لاتطيق اللامركزية ، ولا تقبلها ، وكل دعاية لمثل أعلى يجب أن تضع نصب عينيها المصالح العليا والسياسة العليا ، وغرض الدولة الأهم ، وتذوب فى كل هذا .

وفن الدعاية السياسية الحديث ، لا يعبأ فى تحقيق أهدافه بالفضائل ، وقوانين الأخلاق ، بل هو يستبيح الكذب والتلفيق والغش والخداع ، ويعتبر نشاطه عمليات كر وفر ، فلا يضيره فى شىء أن يعدل عن رأى نادى به ، أو أن يقول كلاما يناقى كلاما قاله من قبل ، وهو يهادن ويلين حيث يجب اللين ، ويتكيف طبقا لملابسات الحال ، وإنما الذى لا يتغير قط هو الأهداف العليا ، وقد وضع لينين مؤلفا سماه مرض الكساح الذى يعترى الشيوعية ، ومن بين ماأورده فى هذا الكتاب من آراء قوله أنه لا حرج على الدولة ، إذا ألجأتها الضرورة لابرام صلح مع عدوها ، وتنازلت مؤقتا عن بعض طلباتها ، كى تستطيع أن تتربص للعدو ثم تباغته

فتضربه ضربة تجهز عليه . وهناك شبه إجماع بين علماء الدعاية على القول إن الأخلاق هي التي تخضع للدعاية ولكن الدعاية لا تخضع لها .

ويستخدم فن الدعاية ضمن ما يستخدمه من الأجهزة والمعدات ، الثقـافة والتعليم ، وذلك لتخريج نشء تنصب أفكاره وعقائده فى ذلك المعمل الذي تشرف عليه الدولة ، وتديره بدعايتها . ومن أجل ذلك تعمل الدول الدكتاتورية على تغيير الحقائق العلمية وإخراجها في ثوب لا يتنافى مع نظام الحكم وأهدافه . وتحرص تلك الدول على الهيمنة على مرفق التعليم هيمنة تامة . ولا تنجو من هذه القبضة طبقة واحدة من طبقات المجتمع ، وتمتد تلك السيطرة إلى سياسة التعليم فى مختلف مراحله ، وفى تلك البلاد يمنعون المدارس الخاصة ، ويراقبون المحاضرات العامة ويسدون كل باب تدخل منه ثقافة لا توافق مزاج الدولة أو تتعارض مع سياستها العليا ، ويقول الشيوعيون إن كل فرد فى الدولة يجب أن يفكر طبقا لما تراه الدولة ، لأنه يعيش لخدمة الدولة .

ولم تنفرد البلاد الشيوعية بهذا الأسلوب فى التعليم ، فقد قرر هتلر فى كتابه « كفاحى » أن التعليم يجب أن يكون فى خدمة الدولة ولا يستهدف غير مثلها الأعلى ، وأن يستخدم فى خلق المواطن الصالح الألمانى .

وعذر الدعاية السياسية فى هذه السيطرة أنها تسلط على

الأمة كلها بجميع طبقاتها ، وأنها لا تستطيع أن تؤدي خدمتها كمرفق عام إلا إذا تناولت كل الأعمار وغزت فى كل الميادين وقاومت كل اتجاه من شأنه أن يخلق آراء معارضة لسياسة الدولة . وفى هذا يقول لينين ، فى كتابه « ماذا نصنع ؟ » : « يجب أن نتصل بجميع طبقات الشعب بوصفنا أصحاب نظريات وبوصفنا دعاة ، وبوصفنا مهيجين ، وبوصفنا منظمين . . . والمهم هو أن نصل بدعايتنا وثورتنا إلى أعماق الشعب » .

وبين هتلر فى كتابه « كفاحى » الأهمية الكبرى للابقاء على صلة مستديمة مع الجماهير قائلا : إنه لا يستطيع أن يعتمد على مائة أو مائتين من الشجعان الذين اشتركوا فى حزبه ولكنه محتاج إلى مئات الآلاف ، بل الملايين ممن يتعصبون لمثله الأعلى ، ومحتاج إلى كتل بشرية ضخمة لاظهار هذا الشعور ، والحركة التى حمل لواءها لا تستطيع أن تظفر بالنصر ، إلا إذا تحكمت فى الشوارع والطرق العامة . وأضاف « يجب أن نعلم الماركسية بأن الاشتراكية هى التى تسود الشارع وأنها غدا سوف تسود الدولة » وعبر عن هذا الرأي نفسه الدكتور جوبلز قائلا : « إننا لن نرضى بأن نكون مؤيدين من اثنين وخمسين فى المائة من الأمة ، ثم نخضع الثمانية والأربعين فى المائة بالارهاب ، ولكننا نريد الشعب كله أن يؤيدنا بوصفه شعب ألمانيا ، ولا نريد تأييداً

سلبيا ، بل نريد عملا إيجابيا ، لأننا وإن ظفرنا بتأييد الأغلبية فسوف لانقدر على تحقيق رسالتنا إلا بتأييد إجماعى وعمل إجماعي »

ومن المسائل التى أرشد إليها لينين ضرورة الاتصال بالشعب كى يفهم الشعب قادته فهما صحيحا ، وعلى القادة أن يسمعوا كلام الشعب ، وهذا لايتم إلا بانشاء صحافة شعبية تكون متداولة فى أيدى الجماهير . ولكى يصغى الشعب لقادته ، لابد من التواضع وعدم الصلف ،وأن يصغى القائد لكل فرد مهما انحط مستواه الاجتماعى .

ويقول هتلر : « إن أية دعاية لاتنجح إلا إذا كانت شعبية وصيغت فى أسلوب يلائم عقلية أقل الناس إدراكا ، ولذلك فانه كلما زاد عدد من توجه إليهم الدعاية أضطرت إلى النزول إلى مستوى تفكيرهم » . وأضاف لينين أنه إذا كان ولا بد من أن تنزل الدعاية إلى مستوى الجماهير حتى تكون سهلة المذاق ، فيجب ألا تنسى أن عليها أن ترفع الدهماء ، حتى يشاركوا فى الحياة العامة ، وأن تثير فيهم روح الابتكار ، وقال : «نحن فى حاجة إلى مزيد من التقرب للشعب، التقرب من الكتل الشعبية ، من الموظفين والفلاحين والعمال ، ولا نستطيع أن نعتمد على أولئك الذين ناصروا الثورة الاشتراكية حتى الآن ، وانضموا إلى الحزب دون تبصر . علينا أن نعلم هؤلاء كيف يحكمون على الأشياء

بأنفسهم وكيف يتخذون قرارات بأنفسهم ، وأن نهيئ لهم فرصة إيفاد مندوبيهم إلى المؤتمر وإلى السوفييت وإلى كراسى الحكم » والجماهير عاجزة عن الوقوف على قدميها بمفردها ، ولا نستطيع أن ندعها فريسة هذا العجز بل يجب أن نكون عمالا ثواراً ، يتكونون فى الحزب ، ويستفيدون من الاتصال بالمثقفين إلى أن يرتفعوا إلى مستواهم ، ولذلك فان واجبنا الأول هو أن نثقف العمال حتى يصل حظهم من الثقافة إلى درجة قريبة من حظ المتعلمين ، وكل هذه المبادئ تعد خطوطا رئيسية فى نظرية الدعاية الحديثة فى البلاد التى ذكرناها .

وطريقة رفع مستوى الدهماء هى مخاطبتهم على قدر عقولهم ، والتدرج فى رفع مستواهم حتى يبلغوا الدرجة اللائقة .

والدعاية فى العصر الحديث تستعمل مختلف الوسائل والأساليب كى تغزو الفكر فى شتى ميادينه ، وفى سائر مرافق العيش ، وتحيط الأفراد والشعوب بخيوط العنكبوت ، التى تتأصل حتى تصير شبكة فولاذية لايسهل كسرها ، وتضيق خرومها ، فتصبح مع الزمن صماء ، بحيث لاتنفذ منها الدعاية المضادة وطابع الدعاية الآن هو الاحتكار ، أى احتكار الأجهزة والوسائل المختلفة ، فالهيئات الحاكمة ، كالحزب الشيوعى ، والحزب النازى ، فى عهده الزاهر ،

كانت تخضع الأدب وتسخره فى أغراضها ، وفى دعايتها ، وقد قال لينين : إن الأدب لاقيمة له إلا إذا كان عجلة صغيرة فى تلك العربة الكبرى ، ويعني الديموقراطية الاشتراكية .

والدعاية في تلك البلاد لاتكتفى باحتكار الوسائل بل تكون هى نفسها احتكارا فى يد الدولة فلا تقبل المنافسة ولا تسمح لجهاز آخر بالوقوف فى جانبها ، ذلك لأنها تربى إيمانا ، والايمان يجب أن يكون واحدا ولا ثانى له . ويجب أن نقول من باب الانصاف أن احتكار الدعاية ليس قاصرا على بلاد الحكم المطلق كروسيا وألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية ، وإنما نكاد نرى هذا الاحتكار في البلاد الديموقراطية نفسها كانجلترا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية ولكنه احتكار مستتر ومتنكر ، وليس فاقعا ، ومع ذلك يكشف القناع عن وجهه فى الأزمات السياسية الداخلية والخارجية وحينما تدخل تلك البلاد الديمواقراطية فى حروب ويتهدد أمنها وسلامتها . وفى أوقات السلم والاستقرار لايمكن القول أن الدعاية فىالبلاد الديموقراطية الغربية حرة ؛ وبريئة من القيود ، فهناك قيود هينة لينة ، وأساليب خبيثة مرنة، تميل بالدعاية نحو الاحتكار أى تجعلها احتكارا فى يد الدولة والشواهد على ذلك كثيرة جدا ، فالولايات المتحدة الأمريكية التى تتبدى للملأ كله فى ثوب قشيب فضفاض وتصف نفسها بأنها قوامة على ماتسميه

بالعالم الحر ، وأنها الحصن الحصين للحريات ، تلك الولايات المتحدة الأمريكية ، تنفق حكومتها فى الدعاية أموالا طائلة وتخرج هذه الدعاية من الولايات المتحدة وتخترق الأجواء والبحار والمحيطات لتغزو العالم القديم ، ويضيق صدرها إذا صادفت فى ميادين نشاطها دعاية مضادة للمنطق الأمريكي ، وتتخذ ضدها مختلف الاجراءات التى لاتظهر للعيان ولكنها إجراءات صارمة ، وشعب الولايات المتحدة الأمريكية يقضي حياته الآن وهو يسبح فى بحر لجى من الدعاية التى توجهها الدولة وتدور كلها حول فكرة خاطئة من ناحية التاريخ ومن ناحية الواقع إذ تتصور وتصور أن الأمريكيين هم الشعب المختار وأنهم انحدروا عن آباء وأجداد ممتازين ، وأنهم كانوا درعا للحريات ، وحماة للسلام ، وإذا قام فى أمريكا ، من أبنائها رجل قال الحقيقة ونشر التاريخ كأن بين مثلا أن الأجداد المهاجرين قد سفكوا دماء أصحاب البلاد الأصليين وعلى أنقاض الأشلاء والجماجم أقاموا وطنا يباهي به الأحفاد ، أو قال إن أمريكا حصن السلام هى التى لعبت الدور الأكبر فى تشريد ملايين العرب من فلسطين وانتهت بهم إلى وضع يلوث تاريخ حقب وأجيال ، إن قام رجل وقال هذا ، أو قال مثلا إن أمريكا استعمارية بكل معنى الكلمة ، يقولون له إنك مواطن غير شريف ويكون جزاءه الطرد من الولايات المتحدة الأمريكية . ثم إن هـذا الشعب

الذى ابتلى بالغرور إلي حد الهوس ، يأبى إلا أن يفرض لنفسه وصاية على العالم القـديم متنكرا تحت مبادىء إنسانية أو مساعدات وهمية ، لأنه استمرأ الاستغلال الاقتصادي على أوسع نطاق ، ويستعين في الوصول إلى غرضـه بالدعاية السياسية التى يذهب فيها إلى حد البهلوانية والجنون .

* * *

وقد اوضحت الدعاية كما ذكرنا إدارة كبرى من إدارات الدولة ، وقد قال الدكتور جوبلز ، فى خطابه الذى ألقـاه فى ٦ سبتمبر سنة ١٩٣٤ والذى تقدمت الاشارة إليه أن الدعاية لاغناء عنها فى بناء أية دولة حديثة لأنها أداة الاتصال بين الحكومة وبين الشعب .

ونظراً لأهميـة الدعاية ، كثيراً مايناط الأشراف عليها برئيس الحكومة نفسه ، لأنها وثيقة الصلة بسياسة الدولة الداخلية والخارجية ، والرئيس أو الوزير المختص يستعين بالخبراء الذين يحترفون من الدعاية ولهم فيه تجارب طويلة ومعارف واسعة ، بل ولهم مواهب خاصة ، لأنه ليس فى وسع أي فرد أن يشتغل بالدعاية ، فالأمر من الدقة بمكان ويحتاج إلى مرونة وقوة خيال وقوة شخصيته وغير ذلك من الصفات وكان يرى الدكتور جوبلز أن الدعاية يجب أن تكون قادرة على الانشاء والابتكار ، فهي ليست من

أعمال البيروقراطية والروتين المألوف ، بل هي تعتمد على الخيال الخصب ، والداعية الممتاز رجل فنان ويجب أن تكون عنده خبرة ودراية بالجماهير ، وأن تكون له أنامل ونبرات تستطيع أن تدق على أوتار القلوب ، وأن يعرف كيف يطبع الآراء فى عقول الناس وكيف يزرع العقائد وينميها ، ويخلق من العدم إيمانا وطنيا وتفانيا في خدمة الدولة . والداعية عند جوبلز يجب أن يملك ناصية القول وناصية العلم وأن تكون عباراته وإعلاناته ونشراته كالسحر بحيث تأخذ بالألباب وتهز القلوب ، ويجب أن تتوفر فيه ميزة استخدام الوسائل العلمية وغيرها التى يؤثر بها على الجماهير فيعرف كيف يستخدم الصحافه والسينما والاذاعة ويحقق أهدافه فى أقصر مــدة ممكنة . وفى عصر التقدم الفنى والصناعى ، عصر التليفزيون ، يجب أن تعرف الدعاية كيف تستخدم الوسائل الجديدة فى الأغراض السياسية على أوسع نطاق ،ويجب أن تقدح ذهنها لتبتكر وسائل جديدة تحصل بها على نتائج فعالة .

والدعاية لا تترك عملها ونشاطها للمصادفات المحضة ، بل هى أشبه بأوركستر يعــزف للناس صباح مساء دون أن يصيبهم الاعياء ، ويعمل طبقا لبراج تعــد أدق أعداد ، والرجل الذى يشرف على الدعاية يجب أن يكون رجلا

عبقريا ، فهو داعية وخبير بعلم النفس ومنظم وسياسى ويجب أن يحيط إحاطة تامة بكل العناصر التى يستخدمها و كل جوانب النشاط الذى تبذله إدارته والامكانيات التى لا حصر لها مما يوضع ويستطيع أن يضعة تحت تصرفه ، وأهم من ذلك يجب أن يكون قلبه عامرا بنور الايمان الذى لا يتزعزع وأن يكون إيمانه بنظام الحكم الذي يدعو له راسخا كالجبال الرواسى ، وأن تكون عواطفه متقدة ، وألا يضع حداً لنشاطه ، ومن الخطر البين أن يتسرب الوهن إلى قلب وزير الدعاية أو رئيس الدعاية عادة وهو شخصية جذابة ومؤثرة ويجب أن تكون الجماهير مؤمنة به . وأن يكون عقله دائرة معارف غنية وخصبة وأن يتابع جميع الأحداث الداخلية والخارجية متابعة دقيقة . وتجنح بعض البلاد لاختيار وزير الدعاية من غير أعضاء حزب الحكومة حينما لا تجد بين رجال الحكومة الرجل الذي يجمع كل تلك الكفايات أو الذى تتوفر لديه الدراية بمختلف طبقات المجتمع أو الذى يتمتع بالصفة الشعبية ، وليس يكفى أن يكون هذا الرجل عالما أو أن يكون مؤمنا أو أن يكون نشطا ، بل يجب أن يكون قائدا للعقول ومحركا المشاعر ومعبرا عما يختلج صدور مواطنيه فى العصر الذى يعيش فيه . ووزير الدعاية هو الساعد الأيمن لرئيس الحكومة ، وهذه الصفة تخوله الوقوف على تفاصيل سياسة الحكومة فى كل شىء والتدخل فى أعمال الوزارات

الأخرى لتحديدها أو تصحيحها فى نطاق ما يقتضيه عمله من الابقاء على ثقة الشعب بالحكومة أو حفظ سمعتها العالمية. وهو يسدى النصح دائما لرئيس الحكومة، ويوجهه لخير الوسائل المؤدية لتحقيق أغراض الدولة العليا ذلك لأن وزير الدعاية بحكم منصبه، يستطيع أن يعرف مقدما الأثر الذى يترتب على القرارات التى تصدرها الحكومة أو الاجراءات التى تتخذها أو قوانين تكون فى مرحلة التحضير وعليه أن يتفادى سخط الرأى العام قبل حدوثه.

وهذه السلطة المطلوبة لوزير الدعاية، قد منحها الرئيس ولسون، فى أمريكا، أثناء الحرب العالمية الأولى للصحفى « كريل » الذى كان يرأس لجنة وزارية تقدم الكلام عنها، وكذلك كان لويد جورج فى أثناء الحرب العالمية الأولى لا يبت فى أمر إلا إذا رجع إلى اللورد « نورثكليف » وكان الدكتور جوبلز، زهاء خمسة عشر عاما، الساعد الأيمن لهتلر وكان يتدخل يوميا فى مختلف شئون الرايخ السياسية، فوزير الدعاية الوطنية هو فى الحقيقة ظل لرئيس الحكومة والرجل الثانى بعده، إنه يوحى ويوجه ويحيط نفسه بجهاز ضخم من المتخصصين الذين يشتغلون فى سائر الأقسام الفنية التى يتطلبها عمل وزارته، لديه أطباء وعلماء النفس، وعلماء فى البيولوجيا وعلماء سياسة وصحفيون ورجال إدارة، وفنانون ورجال سينما، وبعض النكرات

ممن يتبعثرون فى طبقات الشعب ويتعرفون إحساس مختلف تلك الطبقات ، وهو بحكم منصبه وصفاته الممتازة وقوة شخصيته يبعث الايمان فى قلوب أعوانه ، ويحرك موات نفوسهم ويدفعهم دفعة قوية ، ولا يمكن أن تخضع وزارته للروتين المعتاد ، لأن هذه الوزارة أشبه بمعمل أبحاث خطيرة ويجب أن تتخلص من جمود الروتين وأن تنأى عن البطء ، ثم إنها أركان حرب ، أو جيش يدير دفة معارك يومية ، وفى هذا الجيش الجهاز الذى يجمع المعلومات والجهاز الذى يثير الجماهير والجهاز الذى يدعو فى هدوء .

واجب وزير الدعاية ، وهو رئيس الأوركستر الذى يعزف نشيد الوطن ، ويترنم بمثله العليا ، أن يكون ملما أولا بأول بالسياسة التى يتصدى للدفاع عنها ، وأن يكون لديه معين لا ينضب من الوثائق فى كل ما له صلة بعمله من النواحى السياسية والاقتصادية وغيرها ، وأن يكون على بينة تامة بما يساور نفوس مواطنيه ، وما يعتلج بين جوانحهم من آمال وآلام ، حتى تكون الدعاية هى الغذاء والبلسم معا ، وأن يحسب ألف حساب لتقاليد الشعب وعاداته وطرائق عيشه . وعلى جهاز الاستعلام فى وزارته أن يطلعه على التيارات الفكرية المختلفة ، ومدى حدتها ، وأن يقف على الرأى العام ، وتموجاته ، كى يضع خططه الاستراتيجية طبقا لهـــذه المعلومات . وبعبارة موجزة ، لا بد أن يكون

الداعية ملما الالمام الكافى بكل ما يهم بلاده . وهذا لا يتأتى إلا للذين وهبوا ملكة حب الاستطلاع ، وعشقوا البحث والدراسة العميقة ، لا السطحية .

قال الدكتور جوبلز : « الدعاية وسيلة تستهدف غاية . وهذه الغاية هي حمل الشعب على اعتناق آراء معينة ، إلى حد يجعل الشعب يلقى بنفســه ، طائعا مختارا ، وبغير مقاومة أو عناد ، فى أحضان ذلك المثل الأعلى الذى ترسمه الحكومة. والدعاية لا تصيب المرمى إلا إذا عرفت ما تريد ، وكان لها هدف واضح ومحدد ، وبعدئذ تستخدم جميع الوسائل والأساليب التى تصيب هذا الهدف » .

والمثل الأعلى واحد ، لا يتجزأ ، ولا يتلون ، ولذلك تضع الدعاية حواجز لا يمكن تخطيها ، وتقيد القائمين بها بتلك المثالية ، التي لا تقبل الذبذبة ، وعند تلك الحواجز لا يكون ثمة لين أو مرونة أو التواء ، بل عزم ثابت وتصميم أكيد ، وإلا انفسح المجال للعبث بالمثل العليا ، واختلفت وجهات النظر .

ولكن طرق العمل والتنفيذ لا تفرض فرضا ، بل ترسم الخطوط الرئيسية ، ويكون هناك إطار عام ، وتترك التفاصيل للداعية ليختار أنسب الطرق ، ويتصرف طبقا للملابسات والأحوال . وتختلف الوسائل والأساليب باختلاف

الأحوال فقد تكون هجومية أو دفاعية، سلبية أو إيجابية ، وقائية أو إيحائية ، ويختار الداعية أسلحته ، بمنتهى الدقة ، وينتفع فى ذلك بفنه وخبرته ومعارفه الجمة . وعليه أن يحسن اختيار الوقت الذي يلائم دعايته . والخطة التى يضعها لا تخلو من الاحتياطى ، والرصيد الذى يختزنه فى جعبته المناسبات الطيبة ، وعليه أن يحسب حسابا للمعارضة التى يواجهها ، كي يحتاط لها مقدما ، ويأمن الاصطدام . والادارة المركزية للدعاية ، يجب أن تكون من اليقظة ، بحيث تسمع فى الحال صدى دعايتها ، وترقب نشاط الفروع التابعة لها ، لتكون أعمال هذه الفروع متسقة مع الأصل ، ولتأمن زلات أى فرع ، فقد تفقد الهيمنة على الرأى العام فى جزء من البلاد ، فتنتشر العدوى ، حتى يختلط الحابل بالنابل ، وتضيع ثقة الجماهير بها ، فكل عطب يصيب الماكينة يجب أن يقوم فى الحال .

وتعين وزارة الدعاية لأعوانها وفروعها طرق تنفيذ برامجها ، وتحدد اختصاص كل موظف تحديدا دقيقا ، وتبين فى منشوراتها ملاحظاتها وتوجيهاتها ، ولا يستطيع موظف أن يستقل فى اختيار الوسيلة أو طرق تنفيذ البرنامج ، أو يدخل على البرنامج تعديلات يراها ، فان الادارة العامة وحدها هى التى تغير وتبـــدل ، وهى التي تدير معركة الدعاية . والاستراتيجية فى هذه المعركة تسير على منوال الاستراتيجية

الحربية ، فالأهداف الكبرى تظل كما هى ، ولكن الخطط والوسائل المؤدية إليها تكون قابلة للتغيير طبقا لسير العمليات الحربية .

وحينما تبدأ المعركة ، تلقى الدعاية فى ميدانها بفكرة ، يكون قد وقع الاختيار عليها ، بعد بحث وتمحيص ، وهذه الفكرة يجب أن تكون قوية بحيث تهز الجماهير . وليست العبرة بقوة الفكرة فقط ، بل بحسن الاخراج . وتتفاوت الأفكار فى قوتها ، ومدى تأثيرها على الناس ، فالفكرة المنطقية الرفيعة، تتلقاها الطبقة العالية الثقافة بارتياح ، ولكنها تسقط بالنسبة لجمهرة الناس . ولذلك تنتقى الدعاية ، فكرة غامضة ، وغير محددة ، ولكنها تلهب الخيال . وكثيرا ما تقول الدعاية كلاما سخيفا ، ولكنه يصير أنشودة الجماهير ، خذ على سبيل المثال ، تلك الكلمات الجوفاء : « الاستقلال التام أو الموت الزؤام » ، « الحق فوق القوة ، والأمة فوق الحكومة » ، وحللها تحليلا منطقيا تدرك أنها بضاعة دعاية ، وقد وفقوا فى الاختيار ، ولكنها غير منطقية .

والفكرة التى يقع الاختيار عليها كمادة للدعاية ، يجب أن تمتاز بالبساطة ، وألا تحتاج إلى فهم عميق . ولا يتصور قط أن يقوم داعية ليخاطب الجماهير بنظريات ، وبراهين علمية وقانونية . وإنما تنتقى العبارات الفضفاضة ، الرنانة ، التى تصلح لمختلف طبقات الأمة ، وتثير الحمية ، وروح

التضحية ، وتهز العواطف هزاً قويا . والشيء لا يكون حسنا فى نظر الجماهير إلا إذا كان له بريق ، كبريق الذهب. ولا يكون قبيحا إلا إذا كان شديد السواد .

ومخاطبة الجماهير فن يتطلب فيمن يخاطبهم درجة كبيرة من الدهاء وسعة الحيلة ، فالصراحة غير مستحبة فى كل الأوقات ، ويجب أن تكون هناك نقطة ابتداء ، ونقطة أخري تلتقي عندها الفكرة الجديدة ، والفكرة التي يريد الداعية أن ينتزعها من رؤوس الناس ، ومن هذه النقطة يكون الابتداء ، ثم لا تلبث الدعاية أن تطبق على العقول والقلوب، كالجيش تماما حينما يكسب المعركة .

وبمجرد أن تلقي الدعاية بالفكرة ، عليها أن تتعهدها بالتكرار الغير منفر ، والصقل المستمر ، إلى أن تتبلور ، وتستقر في الأفئدة . ولا بأس من أن تترك للجمهور مجال التعليق على الفكرة حتى يتذوقها ويستمرئها ؛ والطبيعة البشرية تأبي الكبت ، وكل فرد يتوق للشعور بذاتيته ، ومن الخطر البين أن تصطدم الدعاية بهذا الشعور ، كما أن الدعاية يجب أن تتجنب إثارة شكوك الناس فيما تلقي به إليهم . وفى كثير من الأحيان ، يتحتم على الدعاية أن تخفي مصدرها ، وقد تلجأ لنشر الشائعات ، فتتلقفها الجماهير ، دون أن تري اليد التي قدمتها إليها ، وقد استخدم الألمان هذه الطريقة

بمهارة فنية ، وحققوا نتائج سريعة في فرنسا فى سنة ١٩٤٠ ، وفى بلاد البلقان فى سنة ١٩٤١ .

وكان من رأى هتلر أن الجماهير ، تصاب بالتردد والذبذبة ، وأنها لاتقدر بمفردها على التمييز بين الغث ، والسمين ، فلاجناح على الداعى ، إن بالغ فى وصف بضاعته بأنها الاحسن ، وقال إن الحق فى جانبه ، لا فى جانب غيره ، ومما قاله في كتابه « كفاحى » .

« ليس الغرض من الدعاية أن نستعرض براج الأحزاب المختلفة ، ونبين وجه الحق فى كل برنامج ، ولكنا نبين فقط برنامج الحزب الذى ننتمي إليه . والبحث عن الحقيقة المجردة ليس من أغراض الدعاية ، إذا كانت هذه الحقيقة فى مصلحة خصومنا . . . »

ومن واجب الدعاية أن تدفع الجماهير فى اتجاه واضح ، وألا تعالج مسائلها بالحلول النصفية ، وأن تركز خصومتها ضد عدو واحد . ولا شك أن الأعداء متعددون ، ولكن لكى تنجح الدعاية ، يجب أن تضعهم جميعا فى وعاء واحد ، وتحت مطرقة واحدة ، وأن تجد القاسم المشترك الأعظم بينهم وأن تقدمهم للجمهور ، كما لو كانوا عدوا واحدا ، يصدر عن غرض واحد ، وهذا من شأنه أن يقوى ثقة الجماهير بما تقوله الدعاية . وعليها أن تحصر الخلاف فى نظريتين ،

مانقول به هى ، وما يردده خصومها ، وترجح كفتها على كفة غيرها .

وعلى الداعين أن يستأصلوا الشك من نفوس الجماهير قبل ظهوره ، وألا يتركوا للجمهور فرصة التروى والتفكير الهادىء ، وهم يخاطبون الغرائز ، ويغذون العواطف ، ويستنفرون عواطف العدالة والوطنية ، ويضربون الأمثال التاريخية الرائعة ، ويناجون الشعور الدينى والآمال الجسام، وباستثارة الغرائز الطبيعية ، تستطيع أن تطرد من عقول الناس رأيا من الآراء ، وتغرس رأيا آخر مكانه(١) .

والجماهير عادة تحركها الغرائز والعواطف . ومن الخير أن تدق الدعاية على هذه الأوتار ، وأن تخلق عقيدة عامة للشعب ، وتدفعه للاقبال على اعتناقها ، وتترك الباب مفتوحا أمام المترددين وضعاف الايمـان ، حتى ينضموا إلى الجماعة. وعلى الدعاية أن تلقى بشباكها على الشخصيات القوية المعروفة بأنها تتمتع باحترام الجماهير وثقتها ، وتعمل على كسبها بكل الوسائل ، فانخراط هؤلاء فى الصفوف ، يجر وراءه عددا

---

(١) قال بهذا هتلر فى كتابه « كفاحى » . وتراجع مؤلفات :

— Mac Dougall-The Group - Cambridge 1921

— Tchakhotine - Le Viol des Foules par la propagande - Paris 1939

كبيرا من الناس ، إذ يكون فى ذاته إعلانا عن سلامة الفكرة التى اعتنقوها .

ولا يفوتن الداعية ، أن هناك وحـــدة بين المعانى التى يرددها ، وأنه لابد من التكرار ، بعبارات مختلفة ، وصيغ متنوعة . ومن أكبر الأخطاء التى ترتكبها الدعاية ، بذل الوعود التى لا يمكن تحقيقها ، أو التناقض فى سياسة الوعود ، فالدعاية الألمـانية قد منيت بفشل ذريع فى الحرب العالميـة الأولى ، وكان من أسباب فشلها ، أنها فى محاولتها تفتيت جبهة حلفاء الغرب ، وعدت كل دولة منها بأراض ، كانت تمنى بها غيرها ، وهذا ممـا جعلها تفقد صفة الجد ، وأدى إلى نتائج عكسية .

والقائم بالدعاية يجب أن يكون له من الهيبة والوقار ، ما يحمل الناس على احترامه وتقديره ، وتصديق ما يصدر عنه ، وإذا فقد هيبته ، ولو لمجرد شبهات تحوم حوله تصبح دعايته عديمة الجدوى ، وينصرف الناس عنه . ولذلك تلعب الشخصية القوية المبجلة دورها فى مجال الدعاية ، ثم إن أعمال الدعاية نفسها يجب أن تتسم بالعظمة والجلال ، لا أن تكون مجرد مسرحيات ، وقد امتازت دعاية النازية بمظاهر الجلال والعظمة إلى حد بعيـد . والعالم لا ينسى حتى الآن ، يوم ٩ أبريل سنة ١٩٣٨ ، يوم أن أعلنوا عن مولد الرايخ الألمـانى الأكبر ، فى هذا اليوم ، أوقفوا الحياة فى ألمانيا كلها دقيقتين ،

وقف العمل ، ووقفت التجارة ، ووقفت حركة المصانع والآلات الضخمة ، وقف سريان الدم الألمانى ، فى الوطن الألمانى الكبير مدة دقيقتين ، واتجهت قلوب ثمانين مليونا إلى الله ، والرؤوس مرفوعة نحو السماء ، تنظر إلى الغد ، وما يخفيه وراء الحجب ، واهتزت الدنيا كلها بهذا المظهر الرائع .

ولو أن المسلمين ، فى مشارق الأرض ومغاربها يفهمون دينهم حق الفهم ، ويدركون معانيه السامية حق الادراك ، لهزوا أركان الكون جميعه ، فى كل يوم بضع مرات ! ! تصور ملايين المآذن ، شاخصة نحو السماء ، وأصوات المؤذنين ، ونغماتهم الشجية ، تشق الفضاء ، وتلهب القلوب ، وهى تنادى أن لا إله إلا الله ، وأن محمدا رسول الله ، وهى تتغنى باسم الرسول الأعظم . هذه هى حكمة الأذان التى عجز عن إدراكها بعض قصار النظر ، والذين لم يهد الله قلوبهم للإيمان ! !

انظر إلى المسلمين ، يوم الجمعة ، والحكمة البالغة ، فى قوله تعالى: « يا أيها الذين آمنوا إذا نودى للصلاة من يوم الجمعة ، فاسعوا إلى ذكر الله ، وذروا البيع » إلى آخر الآية الكريمة. وفى ساعة الصلاة يجب أن يقف كل شىء إلا هذه التجمعات الرائعة ، والتوجه لله سبحانه وتعالى ، وفى هذا المظهر الرائع

مايشعر الكفار بعظمة الاسلام وجلاله ، فوق مافيه من فوائد أخرى ، لا يفطن إليها المسلمون .

وكما أن الانسان لا يستطيع أن يعيش على طعام واحد ، فكذلك الدعاية ، يجب أن تكون مبتكرة ومجددة ، حتى لايؤدى التكرار إلى الملل ، وتصبح لغة الدعاية بطول التكرار مبتذلة . وكذلك يجب على الدعاية ألا تلاحق الناس ليل نهار ، فلا بد من فترات ، تهدأ فيها الأعصاب ، ويخلو الشعب إلى نفسه ، كى يهضم المادة التى تقدم له . وإذا اضطرت الدعاية إلى الكذب ، فالحذر ، الحذر ، من أن يفتضح أمرها بين الناس ، أو تسقط سقطات تقضى عليها وتمسخها ، وليس أى كذب مقبولا ولا مستساغا ، والسلامة فيما نرى ، فى قول الحق ، ومجانبة الكذب والزور والبهتان . والدكتور « جوبلز » نفسه ، قد أوصى بهذا ، إذ قال :

« إن الدعاية الطيبة ، لا حاجة بها إلى الكذب ، بل يجب أن تنأى عنه . وليس ثمة ما يدعو لتزييف الحقائق . والذين يقولون إن الشعب لا يطيق الحقيقة ، يرتكبون حماقة كبيرة ، فالشعب قادر على مواجهة الحقائق . وكل ما هنالك هو أن نشرح له الحقيقة بطريقـــة تساعده على فهمها . والدعاية الكذوبة ، تقدم ضـد نفسها برهانا على أنها تدافع عن قضية خاسرة ، وهى لاتنجح على طول الخط . وانما تنجح الدعاية ، فى آخر المطاف ، حينما تدافع عن حق وعدل . والحق محتاج

الي من يعيد الطريق أمامه ، والقضايا العادلة لا تنتصر وحدها ، وانما يجب أن يدافع عنها دفاعا متينا ، وما الدعاية الا هـذا الدفاع القوى » .

والدعاية الناجحة هى التى تبدأ بالمسائل السهلة ، وتعطي الجمهور على قدر ما يستطيع أن يستوعب من آراء ، ولا تشغله كثيرا بالأدلة والبراهين ، ولا تبدد جهودها وامكانياتها فى عدة ميادين ، وتقاتل فى عدة جبهات ، وتراقب انفعالات الشعب ، وآثار مجهودها ، حتى تظل محتفظة بقوة التأثير عليه ، ويظل مستعدا لتقبلها عن طيب خاطر .

* * *

فيما تقدم ، رؤوس مسائل ، أردنا بها أن نعطي القارىء فكرة عن استراتيجية الدعاية . ولكن لا يفوتنا أن نذكر أن تلك الاستراتيجية خاصة بالدعاية التى تقوم بها الحكومة فى الداخل ، وأما الدعاية فى المجال الدولى ، فلها شأن آخر .

ويجوز ، كقاعدة عامة ، أن تستخدم فى الخارج نفس الوسائل والأساليب التى تستخدم فى الداخل ، باستثناء الدعاية التى تقوم بها الدولة فى زمن الحرب . ولكن الدعاية فى الخارج تتطلب دقة فى المعلومات ودقة فى التوثيق ، ومزيداً من العناية بالجانب العلمى والفنى فى الموضوع ودراية خاصـة بنفسيات الشعوب وأحوال البلاد التى توجه اليهـا الدعاية

وتقاليد أهلها والاعتبارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة ، وما يصلح مادة للدعاية فى بلد ، قد يضر استخدامه فى بلد آخر. وتستعين الدول فى أقسام دعايتها الخارجية بخبراء ملمين الالمام الكافى بظروف وأحوال البلاد الأجنبية ، وعقليات شعوبها وساستها والتيارات المختلفة التى تجرى فيها ، وقد كان الألمان يستعينون برعاياهم المقيمين بالبلاد الأجنبية وهؤلاء هم الذين أطلق الحلفاء عليهم ، اصطلاح « الطابور الخامس » ولكن كل دولة من دول حلفاء الغرب وخصوصا انجلترا لها طابور خامس من أبنائها ، فكل بريطانى يعيش خارج بلاده ، يشتغل بالتجسس لحساب حكومته ، وكل مؤسسة بريطانية تشتغل بالتجسس كذلك ، وهؤلاء يغذون وزارة الاستعلامات البريطانية بكل المعلومات التي تلزمها ، والتى يستقونها من الميادين الاقتصادية والسياسية والصناعية والتجارية والاجتماعية ، وتوجه بريطانيا دعايتها الخارجية طبقا لتلك المعلومات التى تصلها من أوثق المصادر ، وتنفرد بريطانيا دون غيرها من دول العالم بشبكة جاسوسية تتألف من المحاسبين الانجليز ، وهؤلاء يراقبون حسابات المؤسسات الصناعية والتجارية الموجودة فى مصر مثلا ، ويحصلون من الدفاتر على المعلومات الدقيقة التى تجعل انجلترا ملمة الماما دقيقا بالأحوال الاقتصادية فى البلاد فتستطيع أن تفرض الحصر الاقتصادى علينا كلما اقتضت سياستها ذلك ، وهؤلاء

الرعايا الانجليز ، من غير استثناء ، يعتبرون مجندين فى خدمة مكاتب الدعاية البريطانية ، وكذلك تعتمد أمريكا على خلاياها المنبثة فى كل مكان تحت ستار الثقافة أو المعونة الاقتصادية أو غير ذلك ، وفرنسا بدورها معنية بهذه الناحية .

وما الحرب الباردة ، فى الحياة الدولية الآن ، إلا حرب دعاية بين الكتلتين الغربية والشرقية ، وقبل هذه الحرب استفادت ألمانيا النازية بنظريات لينين وتجارب السوفيت ، وبعد هذه الحرب استفاد حلفاء الغرب والروس على السواء بتجارب ونظريات الفاشية والنازية ، ولا تقف معركة الدعاية الدولية ساعة واحدة .

ومن أدوات الدعاية التى تهيمن عليها الدول الكبيرة فى الحياة العالمية ، وكالات الأنباء ، وهى تعرف كيف تنشر خبرا معينا فى مختلف بقاع الأرض فى دقائق معدودات ولديها مالديها من أجهزة الارسال والاستقبال ، والصحف والمجلات وقد نبغ اليهود فى السيطرة على الصحافة بتدخلهم فى تجارة الورق والمطابع والاعلانات التجارية التى لا قوام للصحف بدونها ، وتبذل انجلترا فى ميدان التأثير على صحافة العالم وتوجيهها نشاطا منقطع النظير وتعرف كيف تشترى الأقلام وتعرف كيف تنشىء دورا للصحف التى تكتب بلسانها وتشتغل لحسابها دون أن يفتضح أمرها ويسقط القناع

الوطني الذي يغطي وجهها . ويستخدمون عدا الصحافة الاذاعات الخارجية والأفلام السينمائية على نطاق واسع . فالاذاعات الخارجية تستعمل أكثر من موجة وتصدر من محطات قوية جدا وتخاطب الشعوب الأجنبية بلغاتها وموسيقاها وآدابها وفلسفتها وتضع الدعاية فى ثنايا السطور، ولا تستطيع أية دولة أن تقيم حواجز ضد تلك الدعاية اللاسلكية التى لا تحتاج الى ترخيص والتي تغزو الشعوب بغير اعلان أو سابق إنذار . وتلجأ الدول فى الدعاية أيضا إلى إيفاد شخصيات ممتازة من بنيها فى جولات يتصلون أثناءها بمن بأيديهم مقاليد الأمور فى البلاد الأخرى ويكتبون ويحاضرون ، ويلقون في روع الشعوب الأجنبية أنهم أصدقاؤها الغيورون عن قضاياها لكسب الثقة ولكى تكون لأقوالهم قيمة . وتوجه الولايات المتحدة الأمريكية عناية خاصة لهذه البعوث التى تقذف بها الي الشرق الأوسط دائماً وباستمرار ، وانجلترا تجرب هذه الطريقة من زمن بعيد ، وقد زار مصر فى العام الماضى عضو مجلس العموم العمالى « بيفان » وقابل المسئولين وخطب وكتب فى الصحف وألقى بعدة تصريحات، وظن الناس أنه خصم لدود للمحافظين وأنه تكلم بوحى من ضميره والحقيقة أنه أوفد إلى مصر بتكليف من حكومة المحافظين ،وكانت رحلته نقطة فى خطة رسمية . ومن أجل الدعاية توفد الدول عدا رجال السياسة

أساتذة جامعات ورجالا مشتغلين بالأدب أو الاجتماع أو الألعاب الرياضية ، أو الفنون المختلفة وهؤلاء يقومون بالدعاية لحساب بلادهم ويوجهون وينفق عليهم وتحقق رحلاتهم نتائج ذات قيمة كبيرة .

وإذا ماذق ناقوس الحرب ، وخاضت الجيوش ميادين القتال تحتل الدعاية المكان الأول من نشاط الدولة السياسى إذ يكون على الدولة أن ترفع الحالة المعنوية لشعبها الى أقصى الدرجات . والحرب تتطلب تعبئة أبناء الوطن جميعا مدنيين ومقاتلين ، رجالا ونساءا ، ولا تقتصر التعبئة علي الأجسام بل أنها تتناول العقول والأفهام والضمائر والقلوب . والحرب الحديثة هي حرب مجموعات من الأمم ، وتتطلب الحرب من الدولة دعاية فى الداخل ودعاية فى الخارج في بلاد أعدائها وفى بلاد حلفائها وفى البلاد المحايدة .

والدولة المحاربة مضطرة لاقناع كل فرد من بنيها بأن الحرب أمر لا مفر منه وحالة تقتضى التضحية والبذل إلى غير حد ، وأن المحارب إنما يدافع عن نفسه وعن عمله وعن حريته ، وعن بيته وسعادته ، وتستثير دعاية الحرب عواطف الكراهية والبغض للعدو ، وتصوره فى صور وحشية وهمجية تجعله ملعونا من الانسانية وملعوناً من الله ، وتصف العدو بالمعتدى الغشوم وأنه حائل دون سعادة الشعب وآماله وأمانيه وأنه قرصان يستحق الابادة والفناء .

وفى وقت الحرب يجب أن يثق المواطن بدولته وبسلامة نظمها السياسية ، ويؤمن بأن هذه النظم كفيلة بأن تدفع عنه العاديات وأن تؤمنه وتكفل لبلده السعاده والهناء . والرقابة أثناء الحرب تعد إحدى المشكلات ولكنها ضرورة لا غناء عنها لمنع تسرب المعلومات إلي العدو ومنع دعاية العدو من أن تضعف مقاومة الدولة ، ولكن يجب ألا يساء استخدام السلطة المخولة للرقابة وإلا أضحت سوط عذاب وفقد المواطن ثقته فى حكومة بلاده . ومن الممكن معالجة الأمر بكثير من المرونة وتغذية فضول الجماهير بالمعلومات التى لا تتنافى مع أمن الدولة وسلامتها العسكرية ، والدعاية فى مدة الحرب لا توجه إلى الشعب فى مجموعه بل تناجي كل فرد لتشعره بالمسئوليات الثقيلة الملقاة على كاهله حينما يكون الوطن فى محنة وتبين له الدور الذى يجب أن يقوم به لكي يكسب النصر لأمته ويخدم قضية السلام وينبغي ألا تكون فترة الحرب مآسى رهيبة وحداداً متجدداً وإلا أصيب الشعب بالاعياء ونفد صبره وضعفت مقاومته ، ولذلك تلجأ الدعاية للترفية ونشر الدعاية والترويح عن النفس ، وتقوية العزائم وإثارة الهمم . ومن أهم ما تعنى به حالة أولئك الذين يقفون فى خط النار ورؤوسهم فوق أيديهم والدعاية تتابعهم وتكون فى خدمتهم، وتكون همزة وصل بينهم وبين أسراتهم ومواطنيهم. وكثيرا ما تنتاب الجيوش هواجس خطرة فيظن الجنود

مثلا أنهم يبذلون أرواحهم رخيصة من أجل آخرين يعيشون فى المدن ويستمتعون، ولكن الدعاية البارعة هى التى تستأصل هذه الهواجس وتجعل التضحية هينة وحياة الميدان محببة للجنود وترفه عنهم وتجعلهم يستهينون بالتضحية والشدائد وكذلك تتعقب أجهزة الدعاية دعاة التردد والهزيمة وتستأصلهم وتكبح جماحهم وتخنق أنفاسهم حتى لا يعرضوا البلاد للخطر .

وتنتقل الدعاية من داخل البلاد ومن خطوط النار إلى البلاد الصديقة والمحالفة وتوثق الصلات معها وتنسق المجهود الحربى ، وتحصل منها على أكبر معونة ممكنة . ومن قبيل ما تلجأ إليه الدعاية وهى بصدد هذا العمل الحفلات والاستقبالات التى تنظمها والهدايا التى تقدمها لجنود الدولة الحليفة والتسهيلات التى ينالها رعايا الدولة الحليفة ومواساة جرحاها والترويح عن الناقهين من أبنائها ، ونشر التصريحات الرسمية المشتركة ، لاقناع الشعب واقناع العالم كله بأن الدولتين مرتبطتان بميثاق غليظ ، وأن التحالف يقف ضد العواصف كالطود المنيع .

وأما فى بلاد المحايدين ، فان مجهود الدعاية يكون من الدقة بمكان ، كما أن نتائجه ذات أهمية بالغة ، فلا غناء للبلد المحارب عن كسب عواطف المحايدين ومودتهم ، وجرهم إن أمكن إلى خط النار شركاء فى السلاح ، أو منعهم من الانضمام إلى العدو أو مساعدته على أى نحو كان . وتحاول الدعاية

أن تقنع المحايدين بأن عدو بلادها هو كذلك عدو للبلد المحايد وأن البلد المحايد سينال فوائد محققة ، سياسية أو إقتصادية أو غير ذلك إذا انتصرت الدول التى تنتمى إليها تلك الدعاية ويجب أن تكون الدعاية من الحذر والحيطة بحيث لا تصطدم بعواطف المحايدين ، ويتوقف نجاحها على الصلات الشخصية وتبادل الزيارات بين المسئولين وكبار الرجال من البلدين وعلى المؤتمرات المشتركة . والدول الغربية تبذل عناية خاصة فى التأثير على رجال الدين فى البلد المحايد وتسعى لكسب رضاهم وعطفهم بأى ثمن ، وتلجأ فى الناحية الدينية للملق والغش والنفاق . وتقف الدعاية بالمرصاد لسياسة دولتها وتصرفات رجالها العسكريين لمفاداة أى تصرف من شأنه إساءة العلاقات مع البلد المحايد ، كما أنها تميل فى لغتها إلى الاعتدال فى بلاد المحايدين حتى لا تسبب لهم مشاكل وتخلق لهم أعداء أو تضطرهم لأن يوصدوا الباب فى وجهها وكثيراً ما تكتفى بنشر أكبر قدر من الأخبار بأسلوب مجرد عن الهوى والتعصب والتعليقات المثيرة .

وهدف الدعاية فى الحرب هو الحاق الهزيمة بالعدو ولذلك تسعى لتقويض روحه المعنوية بما يسمى بالحرب السيكولوجية وتنشر فى بلاده الذعر والقلق وتحاول أن توحى إلى شعبه باستمرار بأن الهزيمة فى النهاية أمر لا مفر منه ، وتبالغ وتهول فى ذكر أرقام الخسائر التى تلحق بعدوها فى الأرواح والأموال

وتصور للشعب المعادى مشاكله التموينية وغيرها فى صور رهيبة ومخيفة وتنبئ بمستقبل مظلم وتكشف عن ضعف حكومة العدو وعجزها عن حل مشكلات الحرب أو مشكلات السلم ، ومن الناحية الأخرى تبالغ فى الكلام عن امكانياتها وما هو مختزن لديها ، والاحتياطى والانتاج الحربى وغير ذلك من الدعايات التى تقنع العدو بأنها تستطيع أن تصبر على الحرب إلى غير غاية وتعمل الدعاية على إثارة الفرقة والانقسام فى بلاد الأعداء وأحداث جفوة شديدة بين الشعب وبين الحكومة واتهام الحكومة بأنها هى التى تجر البلاد إلى الخراب والدمار وأنها هى التى اختارت الحرب وسعت إليها وتحرض طبقة ضد طبقة وتحاول أن تخلق مشكلات تبدد نشاط الحكومة حتى لا تنصرف للحرب بكل قواها وتعمل الدعاية على الاتصال بالأحزاب المعارضة لحزب الحكومة بكافة الحيل والوسائل والتأثير على الأحزاب المعارضة ومن أجل تحقيق هذه الأغراض تحرص الدعاية على الوقوف بكل دقة على ما جريات الأمور فى بلاد العدو. ولكى تكون الدعاية مسموعة في بلاد العدو ، تتظاهر دائما بأنها لا تقول إلا الحق والصدق ولو ضد نفسها ، ولسنا ننسى ذلك الخطاب المروع الذى ألقاه ونستون تشرشل فى مجلس العموم حينما سقطت سنغافوره ، قائلا « لقد ضاعت سنغافوره وفقدنا شبه جزيرة الملايو كلها » وكان تشرشل يحرص فى خطبه وبياناته على الاشادة

بعبقرية روميل وانتصاراته فى الصحراء الغربية ، ولم يكن يقصد من وراء ذلك كله إلا أن يجد من بلاد الأعداء من يستمعون لاذاعته ويتصورون أنه يميل إلى الصدق ، ويضع لهم السم فى الدسم ، وذلك العجوز داعية سياسى لا يبارى ولا يمارى والشائعات التى تنطلق فى بلاد الأعـــداء تعد فى ذاتهـا فنا يحتاج إلى خبرة طويلة وإلى متخصصين وعلماء وتستعين الدولة المحاربة ببلد محـايد تنشر دعايتها سراً عن طريقه ، فتهرب الصحف والنشرات وغيرها حتى تخترق حدود البلد المعادى .

وتسلط الدعاية على جيوش العـدو وهى فى جبهة القتال بقصد بلبلة الأفـكار وإثارة الخواطر وتلقى قذائفها على تلك الجيوش بملايين النشرات وتستخدم مكبرات الصوت التى تضعها فى المصفحات .

وسواء وجهت الدعاية الحربيـة فى الداخل أو فى بلاد الحلفاء أو إلى المحايدين وإلى الأعداء ، فان تلك الدعاية ليست إلا حلقة من برامج دعاية الدولة بوجه عام ويجب أن تتصف بكل صفات الدعاية العامة وأن يكون مجهودها متسقا مع ما يصدر عن أبواق الدعاية العامة ، وتستخدم الدعاية الاستراتيجية كأسلحة هجومية ودفاعية ولا يقل مفعولها عن الأعمال الحربيـة نفسها بل هى فى الحقيقة ونفس الأمر تعد فى الوقت الحاضر ، من الأعمال الحربية .

الفصل السادس

وسائل الدعاية

كل أداة توصل فكر الانسان إلى غيره ، يمكن أن تعتبر وسيلة دعاية . وقديماً كانت وسائل الدعاية هى الفكر ، والقول ، والابتكار الفنى . ولكنها استخدمت العلم والآلات فى العصر الحديث ، حتى باتت الانسانية كلها تسبح في محيط الدعاية ، وإنه لمحيط هائج متلاطم الأمواج .

ونحن إذ نستعرض وسائل الدعاية ، نبدأ بأكثرها بساطة ، ثم نتناول ما كان منها دقيقا ومعقدا . والفكرة ذاتها هى الوسيلة الطبيعية ، وحينما تصب فى القالب الاجتماعي تصبح عقيدة . ومن الأمور التى كررها هتلر فى كتابه « كفاحى » ، وألح فيها ، ما قاله من أن أية حركة محتاجة إلى فكرة اصلاحية كبيرة ، وهذه الفكرة يجب أن يتعصب لها الشعب إلى أقصى درجات التعصب فتنجح الثورة ، ولا بد من تسخير كل القوى المادية فى البلاد لخدمة النظرية الفلسفية ، التى توقد جذوة المشعل الجديد .

والفكرة التى تدور حولها الدعوة ، لا تلبث أن تصير

عقيـــدة ودينا ، وللعقيدة ، فيما رآه « جورج سوريل » وظائف ثلاث : فردية ، واجتماعية ، وسياسية .

ولما كانت شئون العالم من التعقيد بمكان ، فان الفرد لا يستطيع أن يدرك الأشياء بمفرده ، بل لا يستطيع أن يدرك السر فى وجـوده هو ، فيعمد إلي التخيل والتأمل ، وحينئذ تتدخل العقيدة ، وهى خلاصة مبادىء أولية ، لسنة الله فى خلقه . وتحت راية العقيدة تتكتل الغرائز والعواطف والنزعات المختلفة ، ويحاول الانسان أن يترجم عن أحلامه ، وأن يثبت وجوده ، فتسوغ له العقيدة ، بل تحسن له التضحية فى سبيل الجماعة . والعقيدة هي التى تربط قلوب الناس برباط المحبة والوئام ، وتبعث على الطاعة ، وتسند الارادة .

والعقيدة ، بالنسبة للحكام ، هى المبرر القانونى لسلطتهم ، وهي التي تحمل الرعية على الطاعة لهم عن رضا واختيار ، وبفضلها تقـدم التضحيات ، وتوضع القيود ، والحكومة فى مأمن حصين من الانقلاب أو شق عصا الطاعة عليها . والعقيدة هى المحرك العنيف الذى يدفع الكتل البشرية لخوض غمار الحروب ، واحتمال الآلام بقلوب راضية مرضية . ويدلنا الاستقراء التاريخى ، على ظاهرة ثابته فى مختلف العصور ، وفى سائر البلدان ، وهى الدين ، والعقائد التى تتبلور حولها عواطف الشعوب ، وتتجمع الجهود ، وتتركز القوى . وبغير العقيدة لا يمكن أن يتحقق عمل عظيم ، وما كانت

الحركات الشعبية الكبيرة لتنال حظها من النجاح ، لولا المثالية ، التي تدور حولها ، حتي وإن كانت مثالية خيالية . والمثالية هي التي توحد آمال الأمه ، وتطهر النفوس من المطامع الذاتية ، والمآرب الخاصة ، والمرء بغريزته يجد فى العقيدة ضالته التي تمكنه من السيطرة والغلبة. فالعقيدة بطبيعتها قوة ديناميكية ، ولكنها تفقد قيمتها إذا ظلت نظرية ، ولم تدخل فى حين العمل والتنفيذ .

والحياة فى هذا العصر جحيم من الماديات ، ذلك لأن الرجل الأبيض قد اتخذ الآلة إلها يعبده ، فتجرد من الروح واستخف بالمعنويات ، واتسمت المثل العليا بالطابع الاقتصادى ، وشوهتها المنافع ، وحب الشهوات ؛ ومع ذلك بقيت واجهة الحضارة تحمل كذبا مثلا عليا اقتصادية ، صيغت فى نظريات يتغنون بها ، ويقتسمون النفوذ فى الكرة الأرضية ، وهذه النظريات المادية هى الديمقراطية الاستعمارية ، والشيوعية التي تعد هي الأخرى استعمارا من لون آخر .

والفكرة ، علي أى حال ، هى سلعة ، أو مادة تبادل . وإلا فما فائدتها لو بقيت في بطون الكتب ؟ ! إنها تخرج إلى حيز الوجود ، حينما تستخدمها أجهزة الدعايه ، فتعرضها ، وتفسرها ، وترتبها ، وتنشرها فى أوسع نطاق . والدعاية هي التى تجعلها سهلة المنال ، وخصوصا بالنسبة للعامة الذين لا قدرة لهم علي تحليل الأفكار وفهمها فهما صحيحا . وتتفنن

الدعاية فى الاخراج لتجعل للفكرة مفعولا سحريا . وهى لا تكون كذلك الا اذا ألقى بها للشعب ، فى كلمات قصيرة ، وعبارات ذات رنين ، وسهلة المذاق، وقد استعمل لينين كلمتى « السلام » ، « والأرض » ، واستعملت النازية عبارة « ألمانيا فوق الجميع » ، وأخيراً وفقت الثورة المصرية أيما توفيق إذ انتقت هذه الكلمات ، الدالة على معان كثيرة « الاتحاد ، والنظام ، والعمل » .

وطريقة التأثير على الجماهير بالعبارات المدوية ، ترجع إلى زمن بعيد ، فقبل الثورة الفرنسية ، كانت الأقلام تعبر عن حقوق الفرد الأساسية بصيغ مختلفة ، ولم تكن المعانى التى رددتها الثورة جديدة فى فرنسا ، ولكن لما صيغت هذه المعانى فيما سموه بوثيقة حقوق الانسان ، كان لها أبلغ الأثر ، وقد تبلورت الفكرة ، وأصبحت بمثابة دين جديد ، حينما أصدرت الجمعية التأسيسية الفرنسية قرارها المشهور فى ٢٦ أغسطس سنة ١٧٨٩ « باعلان حقوق الانسان والمواطن » ، واكتسب هذا الاعلان صبغة عالمية . وقد سبقت الثورة الانجليزية ثورة فرنسا بشىء من هذا القبيل فى سنة ١٦٨٨ باعلان وثيقة الحقوق Habeas CorPus أو Bill of Wrights ، وكذلك تضمن إعلان «جيفرسون» المسمى باعلان الاستقلال الأمريكى فى سنة ١٧٧٦ عبارات نقشت على صفحات القلوب . وقد سبق القرآن الكريم تلك الثورات

جميعا بآياته المعجزات ، التي قررت الحقوق اللصيقة بالفرد ، وحررت الانسان من الوثنية والضلال ، وكانت وستظل إلى يوم الدين آخذة بمجامع القلوب « قل لئن اجتمعت الانس والجن على أن يأتوا بمثل هذا القرآن، لا يأتون بمثله ، ولو كان بعضهم لبعض ظهيراً » .

ومن قبيل الأفكار التي تنطلق على سبيل الدعاية ، البيانات والاعلانات التي تصدر فى مناسبات فذة ، وتسمى Manifeste ومن ذلك إعلان « برونسويك » BrunswicK فى النمسا فى سنة ١٧٩٢ ، بأن تتدخل فى فرنسا لقمع الثورة وإعادة الملكية ، والبيان الذى أذاعه « فرانسوا جوزيف » فى سنة ١٨٥٩ ، وشرح فيه لشعبه الأسباب التي حملته على إبرام الصلح مع إيطاليا في « فيلا فرانكا » بعد أن لحقت الهزيمة بالجيش النمساوى ، وبيان « كارل ماركس » فى بروكسل ، فى سنة ١٨٤٧ ، الذي كان جرثومة الشيوعية الأولى ، وكان له في أوروبا ، وقع شديد . ومن هذا أيضا وثيقة الاتهام الخالدة ، التى قدمت إلى فاروق من رجال الثورة ، بعد قيامها فى ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ ، فتنازل عن العرش ، والاعلانات التى تلت ذلك ، ومن أقواها وأروعها إعلان خلع أسرة محمد على ، وانتهاء الملكية ، وقيام الحكم الجمهورى فى صيف سنة ١٩٥٣ .

وعدا ذلك تستخدم الدعاية البيانات، والتصريحات العارضة

التي تصدر في مناسبات مؤقتة ، وبصدد حالات خاصة ، كالأوامر الوزارية ، وما أشبه ذلك ، وكذا المنشورات الانتخابية ، وينتهي مفعول تلك البيانات بانتهاء المناسبات التي تعلن فيها .

ومن الأساليب المبتكرة فى العصر الحديث ، المشروعات التي تضعها الحكومات ، لتحقيق اصلاحات اقتصادية أو سياسية ، وكل مشروع يكون بمثابة بيان لسياسة الحكومة فى مسألة بعينها ، كالتصنيع أو الانشاء والتعمير ، أو التسلح البحرى ، والحربى ، ويبين المشروع الخطوات التى تزعم الحكومة اتخاذها ، وطرق تنفيذه . وتعنى الدعاية بتلك المشروعات من زاويتين ، الزاوية السيكولوجية ، إذ يتطلب تنفيذ المشروع تعبئة قوى الأمة له ، وجعل الأذهان مستعدة لقبوله ، وحمل الناس على تأييده . والزاوية الأخرى ، هى استخدام المشروع نفسه كدعاية للهيئة الحاكمة أو النظام القائم ، ودفع الشعب دفعة قوية ، حتى تتحقق أهداف المشروع ، ويمكن الوصول إلى ماهو أبعد منها مدى ، فى كثير من الأحيان . وقد عرفت ألمانيا وروسيا هذا الأسلوب ، الذى استخدم فى إذكاء حمية العمال ، والحصول منهم على أطيب النتائج . وبعد الحرب العالمية الأولى ، شاعت المشروعات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ، حتى أضحت أسلوب الحكومات فى العصر الحاضر . وإنا لنذكر على سبيل المثال مشروعات « ماركيت

وناردين » ومشروع «مونيه» فى فرنسا ، وأخيراً مشروع شومان للحديد والفحم ، ومشروع « شاخت وجورنج » في ألمانيا ، قبل الحرب العالمية الثانية ، ومشروع «فان زيلاند» فى بلجيكا ، ومشروع « نيوديل » فى الولايات المتحدة الأمريكية ، ومشروع « بيفريدج » فى بريطانيا ، ومن المشروعات ذات الصبغة العالمية ، مشروع « النقطة الرابعة » لترومان ، وقبله مشروع « مارشال » . وفى مصر ، طلع علينا ساسة العهد الماضى بما سموه مشروع السنوات الخمس ، الذى تعثر فى الفساد والروتين العقيم ، ولكن الثورة وضعت فى حيز التنفيذ العديد من المشروعات ، التى ستظهر آثارها فى القريب العاجل ، إن شاء الله .

وتستخدم الدعاية العسكرية ، في عرض الأفكار التى تروج لها ، أسلوبا خاصا ، ومنها الأوامر اليومية ، وقد كانت فى التاريخ العسكرى ، من مبتكرات نابليون بونابرت ، وكانت تلهب صدور ضباطه وجنوده فى الميادين . وسار على سنة نابليون الأول الامبراطور نابليون الثالث ، وحاكاه غليوم الأول ، فى حرب سنة ١٨٧٠ بين بروسيا وفرنسا . ولما خاضت الولايات المتحدة الأمريكية ، غمار الحرب العالمية الأولى فى سنة ١٩١٧ ، كان للاعلان المشترك الذى وقعه حلفاء الغرب فى سنة ١٩١٧ صدى شديد فى القارة الأمريكية .

والغاية التى تهدف إليها تلك الأوامر اليومية والبيانات العسكرية هي توجيه المجهود الحربى نحو مثل أعلي يتطلع إليه الشعب وتقوية عزمه علي الجهاد والتضحية ، والتأثير من ناحية أخرى علي البلاد المحايدة والقاء التبعة علي العدو وتحميله مسئولية الاخلال بالأمن والسلام ، والتبشير بعالم أصلح تتحقق فيه العدالة الاجتماعية وما إلى ذلك من النغمات التى تستخدم فى تلك البيانات .

علي أن رؤساء الدول يجنحون أحيانا للخيال، ويطلقون له العنان ، وهكذا فعل الرئيس ولسون حينما أطل علي العالم بنقطه الأربعة عشر ، تلك النقط التي كانت أهدافا للسلم ، ولم تكن أهدافا للحرب . وتوجه بعض البيانات للقلة المستنيرة وللطبقة المثقفة وعندئذ تكون مدعمة بالأسانيد السياسية والقانونية ، ولكنها في الغالب تلقى لتكون بضاعة تستهلكها الجماهير ، وفى هذه الحالة لاتخلو العبارة من تهريج ومسرحيات كالقول إن الدولة ستلقى علي عدوها دروسا رهيبة ، وستعامله فى غير رحمة أو هوادة ، أو أن هذا العدو يحطم صروح الحضارة ويعود بالأنسانية إلى البربرية الأولى ، وتلك الدعاية تخاطب الغرائز بوجه خاص وتلقى بالأماني والوعود بغير حساب ، فتقول لرجال الصناعة والتجارة إن كسب الحرب لابد أن يفتح لهم آفاقا جديدة وميادين فسيحة للاستغلال وأسواقا هائلة لتصريف الفائض من الصناعة ، وتقول للعمال

إن النصر سيستتبع رفع مستوى معيشتهم من كافة الوجوه ، وتصور لهم جنة أرضية ، تعد بها العال بعد أن تضع الحرب أوزارها ، ولغة الأنانية والمنافع الشخصية أقوى مفعولا في عصر الصناعة والماكينة من لغة الأخلاق والفضائل ، والمثل العليا .

والعقلية البشرية أصبحت فى الوقت الحاضر ، عقلية آلية ، ولم تعد تتذوق المقالات الطويلة والبيانات الضافية ، ولذلك توضع الفكرة التى تستخدمها الدعاية ، فى برشامة ، فتختصر ، فى أمثال وأقوال قصيرة مأثورة تتغنى بها الجماهير ، ووضع هذه الجمل القصيرة ليس من المسائل السهلة بل يحتاج إلى دراية بنفسيات العامة وبما ينفذ إلى أعماق قلوبهم . ومن التجوز أن يقال إن الحكم والأمثال ابتكار حديث ، فهى تستخدم من قديم الأزل ، ومنـذ عصور قيصر والاسكندر وهانيبال ، فى شحذ الهمم وتكتيل القوى ، وتاريخ السياسة حافل بالأمثال والجمل القصيرة ، وتقوم السينما والاذاعة ، بالترويج لهـذه العبارات التى تكفى كل عبارة منها لغرس العقيدة أو للتوجيه دون حاجة إلى شرح أو بيان مستفيض .

وكما تستخدم الأمثال والجمل البراقة ، تلجأ الدعاية للرموز فى التعبير عن الفكرة ، وتوجد رموز ثقافية تكفى فى ذاتها لبيان الرأى السديد والمسلك القويم ، وتوجد رموز أخرى لابد أن تستخدم إلحاقا لـكلام يقال أو يكتب أو ينقش على الجدران .

والانسان منذ بدء الخليقة يعبر عن أفكاره بالرموز ، وما النقوش الفرعونية ، على الآثار القديمة إلا تلك الرموز والطلاسم فى عصور مختلفة ، ولما تطورت هذه الطريقة في التعبير عن الرأى اهتدت البشرية إلى الحروف الأبجدية المتنوعة . وحينما تجيش العواطف فى الصدور ، وتحتدم الآراء فى العقول ، يكون بالانسان ميل لتصوير ما يعتلج صدره ، وما يدور بخلده ، وكثيراً ما تكون الرموز معبرة أصدق تعبير وكثيراً ما تجمع الذين يؤمنون بالفكرة حولها ، وتكون منهم قوة لا يستهان بها .

ولكن الرموز لا تؤدى الغرض منها إلا بتوافر بعض الشروط وأهمها البساطة ، أن تكون معبرة وناطقة ، فالهلال رمز للاسلام ، ويكفى أن يرى أي إنسان متحضر رسم هلال على ورقة أو قطعة قماش فينصرف فكره إلى الاسلام والمسلمين ، والصليب رمز للذين يقولون إنهم أتباع السيد المسيح ، وقد ظهرت فى التاريخ عدة صلبان كانت رموزاً لأفكار أخرى غير الصليبية المعروفة ومن ذلك صليب مالطه ، وصليب اللورين والصليب المعكوف ، رمز الهتلرية ، ومن الرموز أيضاً ، النسر الامبراطورى ، والأسد البريطانى ، وأسد النجاشى ، وشجرة الحرية وكانت من رموز الثورة الفرنسية ، والبرجل والمثلث عند الماسونية ، ونجمة داوود عند اليهودية الدولية .

وكذلك تستخدم الألوان في التعبير عن الأفكار ، فاللون الأبيض للحكمة والسعادة ، وتستعمله البلاد الملكية ، واللون الأحمر معناه المغالاة والذهاب إلى أقصى الحدود وهو شعار البلشفية ، والثورات بوجه عام ، واللون الأخضر دليل الخصب والنماء والخيرات والبركات وهو اللون الاسلامى ، ويميل اليهود إلى اللون الأصفر ، لون الحقد والكراهية والخيانة والغدر ، واللون الأسود يرمز للموت والابادة وكان يستعمله قديما القراصنة ، والفوضويون ، فأعلام الدول وأعلام الجيوش ، والبيارق والألوية لاتنتقى ألوانها اعتباطا ولكن لها أصول ومصادر تاريخية .

وتتنوع الأزياء ، وخصوصا أزياء الجنود ، وأغطية الرؤوس لأنها رموز لأفكار ومبادىء ، وقد استعمل البيوريتان القبعة المستديرة ، ووضع الانجليز فى قبعاتهم زهرتين ليرمزوا للثورة فى زمن أوليفر كرومويل ، والأمم تحافظ على أزيائها ، ولا تقلد غيرها ، فى الزى أو غطاء الرأس ، لكي تبقى على تاريخها وتحتفظ بشخصيتها ، ولكن الشعوب المنحلة هى التى تقلد الآخرين دون وعى أو تبصر ومن الرموز التى تستخدم في السياسة التحية العسكرية ، وقد كانت للنازى تحية وكانت للفاشية تحية ، وكانت للرومان قديما تحية ترمز لقوتهم وكذلك يعبرون عن الأفكار بالتماثيل والنصب التذكارية والأناشيد الوطنية ،

وملابس ضباط الجيش ورجال القضاء فالوشاح الذى يلبسه القاضي رمز لأفكار ولمعان كثيرة ، والثوب الأسود الذى يتشح به المحامى أو أستاذ الجامعة يدل أيضا على معان كثيرة ، وملابس رجال السلك السياسى المزركشة لها أيضا معان قوية ، وهى لم تستخدم اعتباطا أو من قبيل الزينة ، كما تصور البعض خطأ ، والدول التى تحافظ على مقوماتها تعنى أشد العناية بتلك الأزياء ، وما يزال الانجليز إلى الوقت الحاضر يلبسون الشعر المستعار فى دور القضاء العالى ، وفى دار البرلمان .

وليس يكفي أن توضع الفكرة ، أو تصاغ في رمز بل يجب أن تنشر وتروج ، والكلام هو وسيلة النشر السريعة ، وهو الأساس فى السياسة وفى الحياة الاجتماعية . وقد تكفى الشائعات التى تنتقل بسرعة خاطفة لنشر فكرة أو إثارة معارضة . وقد تنتشر الفكرة بالنكات المستملحة ، والحوار الشعبي ، والمواويل ، وقد تكون هذه الوسائل أقوى مفعولا من الخطب والمحاضرات والمؤتمرات .

والبلاد الديمقراطية تعتمد أكثر من غيرها على الخطب وسحر البيان ، ولطالما كان البيان الرائع أقوى من الجيوش الجرارة ، فى إسقاط عروش ، وإذكاء نيران الثورات . والأمر يتوقف على مزاج الشعب وطريقة تفكيره ، فشعوب البحر الأبيض المتوسط ، شديدة الحساسية ، سريعة التأثر

بالبيان ، وشعوب الشمال جامدة كالثلج ، ولا يفيد فيها سحر البيان وشقشقة اللسان .

والدعاية الكلامية ترمي لايقاظ الشعور المشترك عند الجماعة ، والحصول على تأييـدها وموافقتها على عمل أو سياسة معينة ، والكلام يحدث أثره فى النفوس حينما يكون تعبيرا قويا عما يخالجها ، ومصداقا لما يحتدم فى قلب الانسان حينما يخلو إلى نفسه . وقوة البيان هبه من الرحمن ، لاتعطى لكائن من كان ، ولا تكتسب بالدرس والمطالعة ، والخطيب الموهوب ، هو الذى يرقب بيقظة قوية الأثر الذى يحدثه عند سامعيه ، فينأى عن كل مامن شأنه أن يؤلبهم عليه أو يفقده نفوذه عند السامعين. وعليه أن ينتقى عباراته ، ولا يستخدم المصطلحات التى طال تكرارها ، حتى عافتها الأسماع وملتها العقول ، وتلك العبارات التى تواترت ، حتى فقدت جوهرها وأصبحت أقرب إلى الابتذال . واللغة الخطابية تتطور مع الزمن وما يصلح لعصر قد لايصلح لآخر وما يقال فى مناسبة غير مايقال فى مناسبة أخرى وما يؤثر في شعب قد لايؤثر فى شعب آخر ، والناس فى عصرنا قد زهدوا فى الشعر والقول المعسول ، وضاقوا بالعبارات الجوفاء ، وأضحوا بسبب حياتهم المعقدة واقعيين ، فلا يكفى أن يناجيهم الخطيب والدعاية والداعية بالكلمات الشائعة كحرية وديموقراطية وإرادة الشعب وسيادة الأمة

وما إلى ذلك ، وإنما لابد من شيء جديد ، فيه كثير من الواقع الملموس ، لكي يهز أوتار القلوب .

* * *

والكلام لايكفي ، كمادة تقدمها الدعاية ، غذاء للأرواح ، فعندها بضائع أخرى ، ومنها الأنباء . وقد جبل الناس على حب الاستطلاع ومعرفة الأخبار . ولكي يكون الخبر مفيدا كوسيلة من وسائل الدعاية يجب أن يكون جديدا ، فالأخبار عن شيء وقع وعرفه الناس ، لاقيمة له البتة ، وإنما يسأل القارئ والسامع ، عند استطلاع الخبر « ما الجديد ؟ » وقد تفننت الجماعات البشرية في اختيار طرق نشر الأخبار ، ففي عصر الرومان ، كانت توجد أسواق يستقون منها المعلومات وكانوا يستوقفون المسافرين ويسألونهم أن يقصوا ماعندهم من أخبار . وفي العصر الحديث ، أصبحت رواية الخبر من آداب اللياقة في المجتمعات فإذا زارك ضيف سألته أو سألك عن الأخبار وإذا أقيم حفل وجمع عددا من الناس تبادلوا أطراف الحديث ، وتساءلوا عن الأخبار كلون من ألوان الحياة الاجتماعية التي نحياها . وفي القرن السادس عشر ، وحينما عرف الأوروبيون طرق البحار وانتعشت التجارة ، ظهر في محيط الأدب جماعة تخصصوا في سرد الأخبار ولما ولدت الصحافة احتل الخبر المكان الأول في أعمدة الصحف ، واستفاد الخبر بالتقدم

العلمى والفني الذى أصابته الصحافة فى مراحل تطورها وارتقائها . ويمكن القول أن الخبر ومعرفته حاجة أولية لايستغني عنها الانسان فهو تواق لمعرفة سير الحوادث ومجريات الأمور . ومن الناس من يجعل من محصوله فى الأخبار التى يحيط بها طريقة لرفع مكانته والظفر بمركز ملحوظ بين الناس . والفرد يجد فى الوقوف على الأخبار متعة لابد أن يشبعها لأن معرفته للأخبار تصله بالعالم الذى يحيط به ، وهو شغوف بالخبر بحيث يطلب دائما مزيدا من التفاصيل ، ويريد أن يعرف ماذا بعد الخبر الذى يقف عليه من جديد ، وينسج حول الخبر ، بدافع لاشعورى أقصوصة ، ويخرجه هو متأثرا بالجو الذى يعيش فيه ، ومتأثرا بخياله الخاص ، فتحرف الأخبار ، وبسبب هذه الهواية المتأصلة عند الناس ، لعب الخيال دوره ، وظهرت القصة كلون من ألوان الأدب ، ويجد الناس فى قراءتها ما يغنيهم مؤقتا عن تصيد الأخبار حينما ينضب المعين الذى يرتوون منه ، فقارىء القصة يحتال على نفسه بطريقة لاشعورية ، ويتخيل أنه يبحث عن أخبار وروايات واقعية ، وتتفاوت قوة الخيال عند القراء . والخبر على أى حال يخرج بالانسان من عزلته ويصله بالمجتمع الذى يعيش فيه ، ويعد كالأسمنت فى البناء ، وسامع الخبر لايكتفى بالوقوف عليه ولكنه يتوق لروايته بدوره .

والخبر يختلف عن الفكرة فى أنه يلقى به على علاته ، فلا يكون هناك مجال للجدل والمناقشة ، وقد كان رواة الأخبار عند اليونان محل ثقة الناس ، وبقدر صدقهم كانوا ينالون من التقدير والاحترام ما يرفعهم إلى مناصب الدولة .

وتلجأ أجهزة الدعاية فى الاستعانة بالخبر إلى طرائق مختلفة ، وهى تحاول عادة أن تخفى المصدر ، وتتركه مادة للشائعات ، كى يصدقه الناس ، ولا ينقلونه بتحفظ وحذر ، وهى تكتنز من الأخبار ما ينفع فى تأييد المبادىء والخطط التى تدافع عنها ، وتخرج من جعبتها بين حين وآخر أخباراً تهىء لها الجو الذى تستطيع أن تعيش فيه . وفى حملاتها على العدو وفى هجماتها المدمرة ، تستعين بالخبر فى إحداث القلق والذعر وإثارة الهواجس والمتاعب في البلاد التى تعمل فيها للاصطياد فى الماء العكر . وهذا فن حذقته أجهزة الدعاية الحديثة التى تستخدمها روسيا السوفيتية وتلك التى تستخدمها الديموقراطيات الغربيه ، وكلهم فى الشر سواء . ولكي تنجح الشائعة ، يجب أن تصاغ في سهولة وإيجاز ، وأن تخرج إخراجا يلهب الخيال والذاكرة ويلائم مجريات الأمور والحالة النفسية والاجتماعية عند الشعب الذى تسلط عليه الشائعات ، ويجب أن تسلم إلى أيد بارعة ، تعرف كيف تشتغل فى الظلام ، ولا يراها الناس ولا تحوم حولها الشبهات . ولكن هذه الوسيلة تكون دائما محفوفة بالمخاطر ، لأن المصدر الذى يطلق

الشائعة ، لا يستطيع أن يسيطر عليها ، بعد أن يترك لها العنان ، وقد تنحرف وتنقلب ضده ، وتؤدى إلى عكس الغرض منها .

والرقابة وسيلة تلجأ إليها الدولة ، لمنع انتشار الأخبار المضادة لسياستها ، وليست الرقابة من مبتكرات العصر الحديث ، فقد جربتها الامبراطورية الصينية القديمة ، قبل تاريخ المسيح بألفين وثلاثمائة سنة . واستخدمتها الدولة الرومانية وفرضتها الكنيسة ، فى العصور الوسطى ، للحجر على الآراء التى لاتروق لها ، فمنع البابا الكسندر السادس ، فى سنة ١٥٠١ ، نشر أى مكتوب ، إلا بعد الموافقة عليه من الرقابة الكهنوتية ، وسلطت الحكومات الأوروبية رقابة النشر طيلة القرن السادس عشر . وكانت الرقابة قديما من القسوة إلى حد التجرد من المروءة والرحمة ، فيقال إن الامبراطور الصينى « تشى هونج تى » وأد مائة وستين من الأدباء ، ودفنهم أحياء ، لأنهم خالفوا قوانين الرقابة . واستخدمت الدكتاتوريات الأوروبية ، فى العصر الحديث ، المعتقلات الرهيبة ، وقضت على قادة الفكر بألوان شتى من العذاب .

وتستعين بعض الدول فى دعايتها بالأكاذيب التى تروجها ، لتشويه بعض الحقائق التى يهمها ألا تعرف ، أو التخفيف من

وقع حادث من الحوادث ، أو المبالغة فى أمر من الأمور ، وتلك الدعايات تضلل الرأى العام ، عن عمد ، وسبق إصرار ، ولو أنهم يقولون إن الغاية تبرر الوسيلة ، فيجب أن يلاحظ أن الكذب أو الخداع الرسمى ، يزرع النفاق ويربيه ، ويجعل الحياة العامة ، مصطنعة ومزيفة . ومع ذلك يضعون للكذب ، فى أزمنة الحروب ، استراتيجية ، ويعتبرون المشرفين عليها من أبطال الدعاية ، الذين يستحقون تقدير الوطن ! !

ومما يساعد على رواج الأخبار المكذوبة ، ميل الانسان الطبيعى ، للاستماع لما يوافق مزاجه ، ويصادف هواه . وقد قال الفيلسوف الألمانى « نيتشة » بحق ، إن بالناس ميلا طبيعيا للخداع والغش ، وكل فرد لا يستطيع أن يقاوم رغبته فى مخادعة نفسه ، فهو يقرأ القصص الخيالية ، ويكاد أن يصدقها ، ويرى على خشبة المسرح مثلا ، منظرا ملكيا يزيد فى روعته هيبة الملك وجلاله الحقيقى ، فيعجب ويطرب ، لأنه يحب أن يخدع ، ويطيب له أن يخدع عينيه ، وحسه .

ويرى البعض إن الخبر فى ذاته ، يحمل قرينة الكذب . ويستدل على ذلك بطبيعة الانسان ، فى نقل الرواية ، هذه الطبيعة ، التى تظهر بأجلى معانيها ، فى ساحات العدالة ، وعلى ألسنة الشهود ، فتختلف الروايات ، فى المسألة الواحدة ، لأن كل فرد يسرد الوقائع متأثرا بمزاجه وهواه ، وبواعثه

الشخصية . وكلما تنوقل الخبر ، كلما ضعف معيار النزاهة ، فى الرواية ، وكان أقرب إلى الكذب ، منه إلى الصدق . ومع ذلك فالخبر الصحيح ، والمكذوب مفعولهما الجبار ، وكم من حروب اتقدت نيرانها بسبب أخبار كاذبة وملفقة ، ومن ذلك حرب نابليون ضد روسيا فى سنة ١٩١٢ ، بدعوى أن القيصر قد عبأ جيوشه ، لمحاربة فرنسا ، وتبين بعدئذ أن الخبر ، لم يكن له أساس من الصحة . وحرب ألمانيا ضد فرنسا فى سنة ١٨٧٠ ، لما قيل كذبا إن عرش اسبانيا معروض على أمير من أمراء بروسيا ، فتوترت العلاقات بين فرنسا وبروسيا وانتهت بمجزرة،جثت فرنسا بعدها تحت أقدام بسمارك ، وحرب سنة ١٩١٤ ، وقد سبقتها أخبار زعمت أن الجيش الألمانى اخترق الحدود الفرنسية ، فأعلنت فرنسا الحرب على ألمانيا ، ومهاجمة ألمانيا لبولندا فى سنة ١٩٣٩ ، والحرب العالمية التي اشتعلت بعد ذلك ، وكانت حجة ألمانيا هى اضطهاد بولندا للألمان المقيمين فى « دانزج » . وفى كل تلك الحروب ، كان الاشتغال بنشر الأكاذيب ، من أقدس الواجبات الوطنية ، ولسنا نوافق على هذا الرأى بأية حال ، لأن الدعاية لا ينبغى أن تسير ضد مبادىء الأخلاق ، مهما كانت مبررات الخروج على هذه المبادىء ، التى لاتقوم بدونها حياة كريمة .

* * *

والاجتماعات العامة ، وسيلة تستخدمها الدعاية ، من قديم الزمن ، فالفرد يتأثر بالتجمعات ، ويتنازل عن منطقه ، وقد يفقد رشده ، ويسلم عقله إلى غيره ، بمجرد تواجده فى مجتمع كبير ، يسيطر عليه الخطباء والدعاة . وتلجأ الأحزاب السياسية ، والطوائف المهنية ، لتنظيم نفسها فى جمعيات ، واتحادات ، ونقابات ، لتعبيء القوى التى تعمل لنشر مبادئها والترويج لدعوتها ، وتتفنن فى تأسيس الشعب ، والفروع والخلايا ، حتى تصبح كل منظمة ، قوة هائلة ، وقد تصير دولة ، فى داخل الدولة . والعناصر المشرفة على تلك التنظيمات ، لا تكتفى بنشاطها فى داخلها ، وإنما تتجه إلى الجماهير ، وتلقى بثقلها عليها ، وتؤثر على العامة بالمظاهرات والمؤتمرات ، والمهرجانات ، وغير ذلك ، حتى تجد عدداً كبيراً يؤيدها ويظاهرها ، وقد تنطلق المواكب فى الطرق العامة ، وتعجز الدولة ، عن التصدى لها أو الوقوف ضدها . وكل منظمة تحاول بهذه الوسيلة أن تضغط على الهيئة الحاكمة ، وتحملها على النزول على مشيئتها .

والدول تعالج هذه الحالة ، بالقوانين المنظمة للجمعيات ، والنقابات بمختلف أوجه نشاطها ، وكذلك تقيد الاجتماعات العامة بقوانين الاجتماعات . وهذا حق تستخدمه الدولة

للدفاع عن كيانها ، وصيانة الأمن والنظام . والحرية والفوضى ضدان لا يجتمعان .

والدولة بدورها تستخدم الاجتماعات فى الترويج لمبادئها ، والدعوة لبرامجها ، وطلب الثقة الشعبية التى يرتكز عليها نظامها ، فتخلق أحيانا منظمات ينتمي لها أنصار الهيئة الحاكمة ومؤيدوها ، وتعقد مؤتمرات خاصة ، ومؤتمرات شعبية كبيرة ويتخذ الحزب الحاكم كل ما من شأنه جمع القلوب حوله .

وقد جنحت الحركات التى قامت فى أوروبا ، منذ الثورة الروسية ، لنظام الحزب الواحد ، فلا تسمح لغيرها بمنافستها أو الوقوف وإياها في ميدان واحد ، وتقيد حكومات الحزب الواحد ، حرية تأسيس الجمعيات إلى أبعد الحدود ، وترى أن مبادىء حزبها يجب أن تكون دينا يعتنقه الشعب ، والدولة هى محراب هذا الدين . وتقول تلك الدولة إنها الأمين على المثل العليا ، وأن الحزب الواحد هو الطريقة العملية لحفظ وحدة الأمة ، ومنع الفرقة ، والجدل الذى يعوق حركة الاصلاح ، وكل مواطن مطلوب منه أن ينخرط فى الصفوف ويطيع طاعة عمياء ، مادامت هناك هيئة ، تفردت باحتمال المسئولية عن مستقبل الوطن ومصيره .

وقد شرح « مانولسكو » Manolesco فكرة الحزب الواحد ، فقال :

« الحزب نظام وجيش ، إنه نظام لأنه يقوم على عقيدة وجيش لأنه يتمتع بحقوق لا تحـــد . والحزب يعتبر عند أعضائه الأداة المقدسة التي تحفظ سلامة الأمة . ولذلك يستطيع أن يتصرف فى أعضائه كما يريد ، فهم يتنازلون عن ذاتيتهم بمجرد انضمامهم إليه ، ويمتزجون بالحزب ، فلا يبقى لهم شىء خارج نطاقه . وحياتهم تعتبر رهن إشارة الحزب فى كل وقت ، وهو يتصرف فيها لمصلحة الوطن »

وتختلف مهام الحزب الواحد قبل وصوله إلى الحكم ، عن وظائفه ، بعـد أن ينتصر ، ويقبض على زمام الأمر . فقبل الحـكم ، لا يعدو أن يكون حركة كغيرها ، وتعمل هذه الحركة على كسب تأييد إجماعي أو شبه إجماعى من الرأى العـام ، حتى تتغلب علي خصومها ومنافسيها ، وتظفر بكراسي الحكم . وعندئذ تقل الحاجة إلى الشرح والاقناع ، وتصبح الـكلمة للقانون والأوامر التى يصـدرها الحزب ؛ فيقصي غيره من مسرح الحياة السياسية ، ويعمل على تثبيت دعائم النظام الجديد . والحزب الواحد هو همزة الوصل بين الجهاز الحكومى ، وبين الشعب ، وهو الدرع الواقى للنظام الجديد ، لأن فرقة من المؤمنين بمبادىء الحزب ، الذين يحملون أرواحهم فى أيديهم ، أقوى من بوليس الدولة مجتمعا . ويبدأ الحزب الواحـد ، في ظل النظام الجديد ، بتعليم الأمة فلسفة هـذا النظام ، وغرس مبـادئه فى قلوب المواطنين ثم يطهر

هذه القلوب من رواسب الماضي ، وينتزع من الرءوس الآراء المضادة ، ويقوم بالدعاية لأعمال الإصلاح التى تحققها حكومته ، وتلك التي تزمع القيام بها ، ويبذل أقصي الجهد فى تربية النشء ، وخلق جيل جديد ، يكون مشربا بالمبادىء الجديدة ، لأن الكبار لا يتحررون من ماضيهم بسهولة .

ويتألف الحزب الواحد ، عادة ، من نخبة مؤمنة بمبادئه وليس من الضرورى أن ينضم إليه عدد كبير من السكان ؛ وإنما سمي بالحزب الواحد لأنه يحتكر مسرح الحياة السياسية وهو لا يقوى على هذا الاحتكار إلا إذا كانت النخبة التى يقوم عليها من الرجال ذوى المواهب الفذة ، والعلم الغزير ، وكانوا متخصصين فى فن السياسة ؛ وأما متوسطو الثقافة ، والدهماء ، فلا يستطيعون أن يوجهوا الحياة العامة ، وإنما يكتفى منهم بالتأييد الشعبي ، والايمان بالدعوة التي يحمل الحزب رايتها ، والسير علي سنن تؤدى إلى تحقيق الأهداف والمثل العليا ، طبقا للخطط والبرامج التي يضعها أولو العلم والخبرة الواسعة .

وفي روسيا السوفيتية ؛ وكذلك كان الحال فى ألمانيا النازية ، وفى إيطاليا الفاشية ، يعتبر الحزب السوفيتى ، أو الحزب النازى أو الحزب الفاشى ، قبل الحرب العالمية الثانية جزءا لا يتجزأ من نظام الحكم . بمعنى أنهم كانوا يحرمون تشكيل هيئات سياسية أخرى ، إذ لا يوجد إلا حزب

الحكومة ، وهو أداة اتصال الدولة بالشعب ، والقوة التي تحفظ التوازن بين الدولة وبين الشعب ، وليس ما يمنع من أن يباشر الحزب الواحد ، بعض شئون الحكم بنفسه ، كجزء من جهاز الدولة ، أو بتكليف من الدولة نفسها ، إذا كانت هي التي تديره ، وتشرف عليه ، وفي كلا الحالين ، تعتبر أعماله ذات صبغة رسمية .

وتتشابه أنظمة الحزب الواحد ، في مختلف البلاد ، التي ظهر فيها ، فالخطوط الرئيسية للحزب السوفيتي في روسيا ، والحزب النازي في ألمانيا ، والحزب الوطني الفاشستي في إيطاليا ، وحزب الفلانج الأسباني ، والاتحاد الوطني البرتغالي ، نقول إن الخطوط الرئيسية لتلك الأحزاب ، تكاد تكون واحدة .



وتستعين الدولة في الدعاية بالتربية والتعليم . وقد كانت المدرسة دائما في خدمة الدولة وتحت إشرافها المباشر . والحكومة التي تصورها فلاسفة اليونان ، أفلاطون ، وأرسطو ، كانت قائمة علي أساس ثقافي . ومن رأى علماء « البيداجوجيا » أن المدرسة يجب أن تتبع سياسة الدولة ، لأن الغاية من التعليم هي إيجاد المواطن الصالح ، واعداد الأفراد

لخدمة المجموع . ولذلك لا مندوحة عن توحيد الدراسات ، وعدم ترك تربية الجيل فى متناول من هب ودب ، وإلا تعددت المذاهب وتنوعت العقائد ، وانفصمت عرى الوحدة الوطنية ، وأصبح الناس فوضى ، وقد نادى الفلاسفة ، منذ الحضارة اليونانية ، بتوحيد الثقافة ، وقال «هوبس» بنظرية حق الدولة فى رقابة التعليم ، ورقابة الفكر ، واستخدام المدرسة فى غرس مبادئها .

ومهما قيل عن حرية التعليم ، ومراعاة العلم للحيدة التامة ، فانه لا يمكن إغفال أثر المدرسة ، في توجيه الناشئين ، وتربية الروح ، ولا خير فى علم لا يكون فى خدمة الأمة ، وما دام أن الدولة قوامة على الوطن ومسئولة عن مستقبله ، فلها الحق فى التدخل فى سياسة التعليم ، لتربى جيلا قويا ، يستطيع أن يحمل المشعل ، ويكفل استمرار النظام الذى يحقق للوطن خيره وسعادته .

والمدرسة هى التى تستطيع قبل غيرها ، أن توقد جذوة الوطنية . وكل بلد يشعر بكرامته يربى بنيه تربية وطنية . وقد كانت المدرسة الألمانية شديدة الحرص علي إشعاع الوطنية ، فى مختلف دروسها ، حتى وإن كانت دروسا فى الحساب والرياضة ، ولما انهزمت فرنسا فى حرب سنة ١٨٧٠ ، ظلت مدارسها ، تثير مرارة فى نفوس أبنائها ،

وتحرضهم على الانتقام من ألمانيا ، ولم تكف قط عن تغذية هذا الشعور .

وهنا في مصر سار الأمر على نقيض ذلك تماما ، فقد هيمنت انجلترا على التعليم حينما احتلت مصر فى سنة ١٨٨٢ ، واستخدمت قسا اسكوتلانديا يقال له « دانلوب » فى وزاة المعارف ، وناطت به إفساد التعليم ، وتجريد برامجه من التربية الوطنية ، وتنشئة جيل فاسـد متحلل ، يرضى بالاحتلال ، ولا يثق بنفسه أو بأمته ، وظلت سياسة دانلوب متسلطة على وزارة المعارف إلى عهد قريب ، وما نشكو منه الآن من فساد وانحلال ، ليس إلا آثار المدرسة الدنلوبية .

ومن ناحية أخرى حرصت الدول الاستعمارية على انشاء معـاهد أجنبية فى بلادنا ، والترويج لثقافتها ، واستخدام مدارسها فى محو شخصية الشعب المصرى ، وإضعاف النخوة القومية والعزة الوطنية ، وتقويض العقائد الدينية ، وعدا المدارس أنشأ بعض المستعمرين صـالات للمحاضرات ، ومراكز ثقافية ذات أشكال وألوان ، وما « اليونسكو » إلا بدعة أمريكية ، أريد بها إضعاف المقاومة الوطنية ، التي تتفجر بين حين وآخر ، والدعاية للرجل الأبيض ، وتهيئة جو من الود والصداقة وتبادل المعونة ، وما إلي ذلك من العبارات الجوفاء التى يستخدمونها ، ليسطو المستعمر على طيبات الشرق ، وهو آمن مطمئن ، وليس أقتل لأمـة من

أن تربى على مصادقة عدوها ومحالفة قاتلها ، وترضى بمؤاكلة سارقها ، وكل ذلك لأن الغزو عن طريق التعليم ، قد زلزل العقيدة ، وطمس على الحق ، وفتك بالخلق ، وانتزع منا الثقة بالنفس . ولا يستقيم الحال إلا بحملة تطهير ضد الغزو الثقافى ، مع عدم مراعاة قبول الحلول النصفية ، ذلك لأن المدارس الأجنبية ، والثقافة الأجنبية داء قد أزمن وأفرخ فى هذه البلاد ، وقد طفحت أعراضه بدرجة مروعة .

والفنون بأنواعها المختلفة وسائل دعاية ، لأنها تترجم عن العواطف ، وتدون تاريخ الحضارة ، فالاهرامات والمسلات ، والتماثيل وأقواس النصر ، والنقوش والزخرفة ، كانت من قديم الزمان أدوات دعاية وتوجيه .

وتعنى الحكومات باستخدام الفن فى تخليد أعمالها ، والاشادة بفضلها ، وكل أمة لها فن معمارى ، يلائم ذوقها وطريقة عيشها ، ويعبر عما يخالج نفوس أبنائها . وما المعارض إلا لون من ألوان الدعاية ، والتأثير على المواطنين ، وعلى الأجانب . وكما تستخدم المعارض ، والمتاحف ، فى الاعلان عن التجارة ، وفى اجتذاب السائحين ، تستغلها الدعاية السياسية فى تحقيق أغراضها . والتصوير فى مقدمة الفنون التى تفيد فى هذا المضمار ، وكثيراً ما تكون الصورة الجميلة ، أو الكاريكاتور ، تعبيراً عن فكرة معينة ، ويكون مفعولها أقوى من الكلام . والموسيقى والغناء من فنون الدعاية

القوية ، ولها أحيانا مفعول سحرى ، وقد لعبت الأغانى الشعبية فى مصر دوراً هاما ، فى تطورها السياسى ، وكانت تصور الأحداث ، وتوجه الرأى العـام . وتحتل الموسيقى العسكرية مكانا ملحوظا في ميادين الدعاية السياسية ، وقد عنيت بها ألمانيا النازية ، عناية خاصة . والمسرح أداة دعاية جبارة ، ولذلك تفرض الدول رقابة شديدة على القطع التمثيلية ، وتبذل الاعانات والهبات للفرق التمثيلية ، ودور المسرح فى الحياة السياسية ، يرجع إلى عصر الرومان .

* * *

على أن الدعاية المكتوبة أعمق أثرا من الدعاية الشفوية ، ولذلك احتلت الصـحافة المـكان الأول من اهتمام وزارات الدعاية ، والصـحافة سلطة رابعة من سـلطات الدولة ، منذ أواخر القرن التاسع عشر ، ولا يقوم نظام من أنظمة الحكم إلا إذا استطاع أن يهيمن على الصحافة ، ويوجهها .

ويعد الكتاب إلى جانب الصحيفة وسيـــلة دعاية هامة ، فالناس فى هـذا العصر ، يقرأون أكثر من ذى قبل ، وهم يهملون الصحيفة بمجرد الفراغ من مطالعتها ، ولكن الكتاب يبقى سجلا منشورا ، ويعيش فى المكتبات الخاصة والعامة ، وقارىء الـكتاب ، يفكر ويتبصر ، ويستلهم منـه الوحى ، ويستقى منه العقيدة والمبدأ . ولا أدل على نفوذ الكتاب ،

من أن كبار الخطباء يرددون في خطبهم مقتبسات من الكتب ، وقد يحملونها وهم يخطبون لتوكيد صدقهم ، والتدليل على صحة ما يقولون ، وكثيرا ما تكون المجلدات الفخمة شديدة التأثير على السامعين ، وأخلد كتاب فى حياة البشرية ، منذ آدم حتى اليوم ، هو الفرقان ، الذى أحدث أكبر انقلاب فى التاريخ الانسانى ، وظل وسيظل أبد الدهر ، الكتاب السماوى ، الذى لا يأتيه الباطل من بين يديه ، ولا من خلفه ، وحينما نتكلم عن الكتب وتأثيرها ، لا نضع كتابا آخر ، بجانب التنزيل ، وقد تفرد عن الكتب الموجودة ، فى أيدى الناس ، بأنه وحي من رب العالمين .

والأناجيل المختلفة ، التى وضعت فى أثينا وغيرها ، بعد مولد المسيح عيسى بن مريم عليه السلام ، بما يقرب من مائة عام ، كانت ذات أثر معروف . ومن أناجيل العصر الحديث ، كتاب العقد الاجتماعى » لجان جاك روسو ، وقد فقد قيمته ، بانتهاء عصره ، وكتاب « رأس المال » « لكارل ماركس » وكان « كفاحى » Mein Kampf لهتلر انجيل الشعب الألمانى ، وقد هام به إلى حد الهوس والجنون ، وطبع منه ملايين النسخ ، وترجم إلى عدة لغات .

وتستخدم الدول الحديثة حملة الأقلام فى وضع مؤلفات ، تبث بها دعايتها فى الخارج ، وتعبر عن وجهة نظرها ، وكانت الكتب من أهم أسلحة الدعاية الألمانية ، وتقوم الدعاية

البريطانية الآن بوساطة ما يسمى بالمعهد البريطانى باستخدام الكتاب فى دعاية سياسية عالمية ، والولايات المتحدة الأمريكية أطول من غيرها باعا فى هذه الحلبة ، وتنفق فى مصر أموالا طائلة ، فى ترجمة وطبع مؤلفات ، تضفى عليها صبغة علمية ، ولكنها كتب دعاية أمريكية ، والمكتبة العربية تختنق بهذه المؤلفات ، الزهيدة القيمة، المطبوعة على ورق صقيل، وهناك أقلام معروفة تشتغل فى هذه الدعاية لحساب الدولار الأمريكى.

وفيما عدا الكتب ، تستخدم الدعاية السياسية المجلات المصورة ، وهناك مجلات تصدر للخاصة ، وأخرى شعبية ، ومن الأساليب الحديثة التى راجت فى مختلف بلاد العالم ، بسبب عصر السرعة ، وعدم صبر القارىء على المؤلفات الطويلة ، الكتب الدورية القصيرة ، والمجلات التي تصدر فى إطار هذه الكتب الصغيرة الحجم وهى معروفة فى بلادنا ، وتقوم الولايات المتحدة الأمريكية بطبع ملايين من هذه الكتب بعدة لغات وتبث دعايتها بين سطور الموضوعات الثقافية ، وهذه الكتب تمتاز بالبساطة والسهولة والاناقة ، التي تغرى القارىء باقتنائها ولا غناء عنها للمسافرين بالسكك الحديدية والطائرات وتعد وسيلة من وسائل التسلية فى أوقات الفراغ .

والمنشورات من أدوات الدعاية المطبوعة المعروفة ، وقد تطبع محلاة بالصور والكاريكاتور ، وتتفنن أجهزة الدعاية

فى إخراجها بأسلوب وشكل يضطران القارىء لقراءتها ، وقد يحتفظ بها ، وإلى جانب المنشورات توجد النشرات الدورية وغير الدورية ، ولكن النشرات تستخدم فى التأثير على الطبقة المستنيرة أكثر مما تستخدم فى الدعاية الشعبية .

وتلجأ الدعاية كذلك للنقش على الجدران أو لصق إعلانات على الجدران أو وضع لافتات كبيرة تتضمن عبارات ملفتة للنظر على واجهات المحال العامة وفى مفترق الطرق ، وفى الأماكن التى يغشاها الجمهور وقد تستخدم الدعاية صناديق البضائع والسلع الصغيرة بل تستخدم علب الكبريت وما شابهها .

وكل تلك الوسائل لا تغنى عن الصحيفة ، التى ستظل دائما وباستمرار سلاح الدعاية المتين ولذلك قال هتلر : «إن الكتب إنما توضع للأغبياء والحمق من الطبقة المتعلمة والطبقة المتوسطة ولكن الصحف تكتب للجماهير » وتبلغ الصحافة من العمر زهاء ثلاثمائة عام ، وقد شاعت فى أوروبا فى القرن السابع عشر ، ومنذ مولدها لم تدخر الحكومات وسعا فى التسلط عليها ، والصحافة هى التى أحدثت جميع الهزات السياسية فى العالم وفى أوقات الشدائد والمحن ، تحتجب الصحف وتظهر سرية من تحت الأقبية ومن بين الأنقاض بل وتخرج أحيانا من ظلام القبور ، وقد لعبت الصحافة السرية فى فرنسا

في الحرب العالمية الثانية دوراً خطيراً وعجزت قوات الاحتلال الألماني عن مقاومتها .

وتطورت الصحافة مع تطور العلوم والفنون فاستفادت فوائد جمة بالثورة الصناعية التي أحدثت تغييرات هامة في صناعة الورق وضاعفت ما يطبع من الصحف ، كما سهلت رواجها وانتشارها في وقت قصير وجعلت الصحف في متناول كل فرد ، لأن الصحافة قد وجدت لها موارد من الاعلانات التجارية التي تزداد بزيادة الحركة الصناعية والتجارية .

ولكن الصحافة تحمل وزراً كبيراً أمام التاريخ ، فقد باعت ضميرها للشيطان وصارت باباً للكسب والاغتناء السريع بعد أن كانت صحافة رأي ومثل عليا وهذه محنة يئن منها العالم في عصرنا الحديث ، فالصحافة هي التي تخلق الأزمات وتثير الحروب والفتن ، ولكل صحيفة ثمن تبيع به نفسها في سوق الذمم والضمائر وهذا لا يمنع بطبيعة الحال من استثناء قلة من صحف الرأي وهذه الصحف الأخيرة قليلة الانتشار لأنها لا تملك من الموارد ما تستطيع به أن تنافس غيرها في الطباعة والاتقان كما أنها تعف كثيراً عن الانحدار الذي تهوي إليه الصحف التي تهبط إلى مستوى القارىء وتسعى إلي الانتشار والرواج على حساب الفضائل ومبادىء الأخلاق .

ويعزون قوة الصحافة إلى أن الفرد ، في الحياة الآلية

التى نحياها ، لم تعد لديه فسحة من الوقت ليبنى اعتقاده بوحى من شخصيته وذاتيته فهو محتاج إلى غذاء عقلى سهل يقدم إليه ويعتقد القارىء أن الصحافة هى مرآة الرأى العام ومن هنا كان تسلطها على العقول والأفهام ولكن الحكومات بدورها تتسلط على الصحف وتوجهها لمصلحتها في الدعاية الداخلية والدعاية فى الخارج . وكانت الصحافة قديما ، وما تزال فى بعض البلاد ، مثل فرنسا ، تؤثر على القارىء بمقالاتها الافتتاحية وأبحاثها المستفيضة، وتحقيقاتها الصحفية، ولكن قراء الصحف فى بلاد كبلادنا لا يطيقون المقالات الطويلة ويؤثرون عليها الأخبار والتحقيقات الاخبارية التى تشبع فى نفوسهم الفضول ، وتهبط الصحافة أحياناً إلى حد الاخراج البهلوانى فتصير أداة تسلية واشباع للغرائز لا أداة تثقيف وتوجيه وإرشاد وعندئذ تصبح الصحافة من أسباب تحلل الأمة ومن الأمراض الشديدة الفتك بالمجتمع ولا تمتاز على غيرها بغرازة المادة وإنما تمتاز بالتنميق وحسن الاخراج وموافقة ذوق القارىء ومزاجه وهى التى أفسدت الذوق والمزاج ونزلت بهما إلى الحضيض .

وتعتمد الصحافة اليومية على مراسليها المنبثين فى مشارق الأرض ومغاربها ، ولكن رسائل المراسلين أقل توجيها للصحف من وكالات الأنباء وتلك الوكالات عبارة عن مؤسسات ضخمة تشرف عليها الحكومات وتغذيها بالمال

والنفوذ ، وأقدم وكالات الأنباء التى ظهرت فى النصف الثانى من القرن الماضى ، هي وكالة « هافاس » الفرنسية ، ولما أممت حكومة فرنسا هـذه الوكالة بعد الحرب العالمية الثانية صارت تسمى « الوكالة الفرنسية للأنباء » ولا ننسى وكالة « رويتر » ووكالات الأنباء الأمريكية ، وكل دولة صغيرة أو كبيرة تحرص على أن تكون لها وكالة أنباء واحدة على الأقل ، ذلك لأن وكالات الأنباء لديها من الأجهزة والامكانيات ماتستطيع به أن تنشر على العالم أي خبر فى دقائق معدودات ويتوقف التـأثير على صيغة الخبر وكيفية إخراجـه وطريقة عرضه ، وتتلقى الصحف الكبيرة أنباء الوكالات المختلفة وكثيرا ماتنشرها بغير تصرف ، فتحدث الدولة التى تملك وكالة أنباء كبيرة الأثر المطلوب وتوجه أصدقاءها وأعداءها على السواء الوجهة التى توافق رأيها ومصلحتها .

ولما كانت الصحافة تحتل هذا المكان ، من حيث التأثير على الرأى العام ، فقد وجهت الدساتير فى مختلف بلاد العالم مزيدا من الاهتمام بالصحافة ، وكذلك عنى المشرع الداخلى بمسائلها ومشكلاتها ، وكل دولة تنص فى دستورها على أن الصحافة حرة ولكن هـذه الحرية تتفاوت ، بتفاوت الدول فى فهم الصحافة ورسالتها ، وبعض الدول تستعين بالمال فى التسلط على الصحافة والمثل الظاهر لذلك هو انجلترا

التي تدير حكومتها صحفا في بلاد كثيرة ، فتملك حكومة انجلترا أسهم بعض كبريات الصحف الفرنسية والسويسرية بل والأمريكية ، وفى القاهرة تصدر صحف بريطانية باللغة العربية ، وتتبدى للقارىء فى ثياب صحف مصرية والمصريين ونشاط الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا فى التأثير على كبريات دور النشر والصحف والمجلات المصورة التي تصدر باللغة العربية قد أصبح حديث الناس ولم يعد أمره خافيا على أحد ، وإنا لنذكر دارا كبيرة ، شيدت عمارتها والحرب قائمة ، وهي عمارة تناطح السحاب ، وكانت مجلاتها المصورة تنقل وتوزع فى سائر البلاد العربية ، بمعرفة سلاح الطيران البريطانى .



وقد أصبحت السينما فى العصر الحديث ، أداة لا تقل خطرا عن الصحافة ، بل تبزها فى بعض الأحيان . والناس يغشون دور الخيالة ، للتزود بالمعلومات ، وللتسلية وقضاء أوقات الفراغ ، حتى لقد أضحت ضرورة لا غناء عنها ، وأبوابها مفتوحة منذ الصباح الباكر إلى منتصف الليل ، لمن يترددون عليها ، من مختلف طبقات الشعب ، ويزداد عدد هذه الدور بزيادة العمران ، ففى فرنسا وحدها ، مالا يقل عن خمسة آلاف دار كبيرة ، ويزيد عدد دور السينما فى العالم على مائة وخمسين ألف دار ، وفى مصر لا يوجد حي من أحياء المدن

الكبيرة أو الصغيرة إلا وقد افتتحت فيه دار أو أكثر من دار . وكلما تقدم الاختراع ، استفادت الشاشة البيضاء ، فالبون شاسع بين السينما الصامتة ، منـذ ثلاثين عاما ، وبين السينما الناطقة ، التى تعرض صورا ملونة ، غاية فى الروعة والاتقان . ومما لاشك فيه أن مانراه على الشاشة يترك أثرا فى النفس أشد من ذلك الذي تحدثه الصحيفة أو المجلة . فتعد السينما بحق من أهم وأقوى المبتكرات الفنية التى ظهرت مع الحركة الصناعية فى القرن التاسع عشر ، وهى تلى فى الأهمية اختراع آلة الطباعة ، من حيث التأثير الذي أحدثته ، فى تيار الفكر العالمى .

وتستخدم السينما فى الدعاية بداخل البلاد ، وفى الدعاية لها بالخارج ، وهى لاتستطيع أن تحقق الغرض المطلوب ، إلا إذا تنكرت الدعاية ، فى ثوب قصة طريفة أو رواية بوليسية أو تاريخية ممتعة ، أو غير ذلك مما لايدع للنظارة مجال سوء الظن ، والأمر يتوقف على براعة الاخراج ، وحبك القصة . والجريدة السينمائية تقوم بدور هام ، فى مضمار الدعاية السياسية . وكل دولة كبيرة ، ترصد الأموال الطائلة ، للدعاية لأغراضها السياسية ، بوساطه الأفلام القصيرة ، الاخبارية ، وتقوم الطائرات بنقلها وتوزيعها فى مختلف أنحاء العالم ، بمجرد خروجها من المعمل .

وينتفع بالسينما فى تربية الناشئين ، وبث الدعاية المطلوبة

عن طريق التعليم بالشاشة البيضاء .

والسينما تعاون على كفاح الجريمة ، وتخدم قضية السلام العام ، وتعرف الشعوب بعضها ببعض ، ولهذا التعريف آثاره العملية ، فى الحياة السياسية والاقتصادية والعمرانية ، وتقضى السينما على الجفوة بين طبقات المجتمع الواحد ، فهى تقدم للعمال صورة ناطقة عن كفاح الفلاحين ، وكيف أنهم يكدحون في حقولهم ، وتصور للفلاحين حياة المصنع ، وما فيها من متاعب ، ومخاطر وأهوال ، وتبين لأولئك وهؤلاء دور رأس المال فى الصناعة ، وأن الوطن لا يستطيع أن يستغني عن رأس المال، وبالجملة تنقل كل طبقة أو طائفة إلى أجواء غيرها ، وهذا يساعد على التفاهم بين الطبقات ؛ كما أن السينما تعرض التاريخ الوطني ، عرضا جميلا ؛ وتصور المثل العليا أحسن تصوير ، فتذكى لهيب الوطنية ، وتدفع الشعوب فى طريق العمل والانتاج . ولا يفوتنا أن نذكر الخدمات الجليلة التي تؤديها السينما للسياحة .

وهل ننسي الأفلام الكاريكاتورية ، ملونة وغير ملونة ، وقد عبأت الولايات المتحدة الأمريكية، خدمات «وولتر ديسني» في دعايتها الحربية ، فى العالم ، وحصلت على نتائج موفقة . وتستخدم هذه الصور الآن ، في التنديد بالخصوم السياسيين ، والزراية بهم ، بطريقة لاذعة ، وفكاهة محببة للجمهور .

وتبلغ السينما من العمر الآن نحو ستين سنة، ولكنها تستخدم

في الدعاية السياسية ، منذ خمس وعشرين سنة . وقد فطن البلاشفة قبل غيرهم لقوتها فى التأثير على الجماهير ، فاستخدموها فى الترويج لمبادئهم ، فى مختلف أنحاء أوروبا . وأمموا صناعة السينما فى بلادهم .

وما من دولة فى العالم ، تركت السينما حرة بغير رقابة ، من جانبها . وإنما تختلف هذه الرقابة ، فى حدتها ، باختلاف أنظمة الحكم ، فالبلاد الدكتاتورية تتدخل تدخلا مباشرا لاستخدام السينما فى أغراضها ، إلى حد أنها ، تقدم لشركات السينما السيناريو ، وتشرف على الاخراج . وهناك بلاد ذات نظم ديمقراطية ، تجعل تدخلها وإشرافها مجرد وقاية ، ضد الأفلام المحلية ، وتلك التى تستورد من الخارج ، في حدود ما يكفل أمنها وسلامتها ، ويمنع العبث بالأخلاق والفضائل ، أو إثارة فتنة سياسية أو اجتماعية وتشتد الرقابة أيضا بالنسبة للأفلام التي تصدر للخارج ، لأن كل دولة تحرص على ألا تعرض صور الحياة فى بلادها فى قالب مشوه أو مبتذل ، وكثيرا ما يؤدي التساهل فى هذه المسألة لأضرار بليغة ، لأن خصوم الوطن فى الخارج ، يستغلون تلك الصور فى الاساءة إلى سمعته وتسديد السهام له ، والتعريض بنبيه .

هذه الرقابة مفروضة فى انجلترا وفى فرنسا وفى الولايات المتحدة الأمريكية نفسها . ولا تكتفى تلك الدول بالاجراءات الوقائية وإنما تسخر السينما في دعاياتها الخارجية ، وتشرف على

كل جزئيات الصناعة السينمائية وتقدم للقائمين بها ضروب المعونة والاعلانات والهبات .

والراديو يلعب دوراً أشد خطراً فى الدعاية السياسية ، وله من المزايا ما ليس لغيره من وسائل الدعاية الأخري ، فهو يخترق الحجب ، ويرسل صرخاته على موجات الأثير ولا يستطيع خصومه أن يمنعوا وصول صوته إلى من توجه إليهم دعايته ، وما من فرد فى الشرق أو الغرب ، إلا ويقضى بعض ساعات يومه أو مسائه بجوار جهاز الاذاعة ليستمع على الأقل لنشرات الأخبار . ويستطيع رجال السياسة الآن أن يوجهوا من مكاتبهم نداءاتهم وخطبهم إلى سائر أنحاء المعمورة ، وقد قال لينين عن الراديو إنه صحيفة من غير ورق ، وصحيفة لا تحدها مسافة ولا تقيدها رقابة أجنبية .

وقد لعبت الاذاعة دورا خطيرا فى الترويج للآراء والمعتقدات السياسية ، وفى رفع مستوى الوعي السياسى عند شعوب كثيرة ، واستفادت بنشاط حركات التحرير التى تفجرت فى مختلف بقاع الشرق متأثرة بالمبادىء التي كانت ترددها الدول أثناء الحرب العالمية الثانية وهى تدعو لأهدافها وسياستها . ومن ناحية أخرى تستطيع كل دولة أن تتصل عن طريق الاذاعة وبالأجهزة اللاسلكية بممثليها فى مختلف أنحاء العالم وبرعاياها الذين يعيشون فى شتى بقاع الأرض وتستطيع فى أى وقت أن تزودهم بتعليماتها وتوجيهاتها . وفى

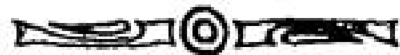
مضمار الأخبار ، تقوم محطات الاذاعة العالمية بنشر الأخبار الهامة فى الحال فاذا وقع حادث من الحوادث الجسام تستطيع البشرية كلها أن تقف عليه ساعة وقوعه . وتتبارى الدول فى وضع براج إذاعتها ونشرات أخبارها التى تذيعها بعدة لغات .

وقد اشتدت عناية الدول بالمحطات اللاسلكية فى السنوات السابقة على الحرب الأخيرة وفى خلال عشر سنوات ، من سنة ١٩٣٦ إلى سنة ١٩٤٦ تضاعف عدد المحطات اللاسلكية فى العالم حتى أن الأرض أصبحت مغطاة بشبكة كاملة من أجهزة الارسال والاستقبال اللاسلكية . وتخضع محطات الارسال فى أية دولة لرقابتها الشديدة وتقوم الدولة فى الغالب بنفسها ، بالاشراف على المحطات وإدارتها إدارة حكومية .



ومن كل ما تقدم ، يتبين أن وسائل الدعاية الحديثة هى السينما والراديو ، وأخيرا ظهر التيليفزيون ، الذى نجحت تجارب استعماله فى الدعاية نجاحا سريعا ، ولا يزال البحث العلمى والفنى يغذى إدارات الدعاية بمخترعات ومبتكرات جديدة ، وكلما تعقدت مشكلات السياسة الداخلية والخارجية ، كلما إزدادت الحاجه إلى تلك الوسائل والامكانيات التى تحقق نتائج سريعة ، ويحاولون الآن ، الوصول إلى أجهزة تمكن

الذين يسكنون فى قلل الجبال ، أو فى صميم الصحارى من متابعة الجلسات البرلمانية والمؤتمرات الدولية ومشاهدة مايجرى فيها وسماع ما يقال ، كما لو حضروا فى قاعات الاجتماعات ، ولا يمكن أن نتكهن ، بما سيترتب على استخدام الذرة ، فى ميادين السلم ، من خدمات ومخترعات تستفيد بها الدعاية السياسية .



الفصل السابع

الدعاية فى النظم الدكتاتورية

الدكتاتورية التى نعنيها فى دروس الدعاية ، هى تلك التى بدأت منذ شهر أغسطس سنة ١٩١٤ ، حينما اختارت بعض البلاد المحاربة أنظمة ، توخت بها غرضين أساسيين : ـ

أولا : ـ من الناحية الاقتصادية : تراءى لهذه الدول أن تؤمم الانتاج والتوزيع والمبادلة وتخضع المؤسسات العمالية لاشراف الدولة المباشر هذا الاشراف الذى تناول النقابات واتحادات العمال .

ثانيا : ـ من الناحية الفكرية : أممت هذه الدول التفكير فى بلادها تقريبا ، تأميما سلبيا وإيجابيا ، وذلك بالحجر على حرية الفكر ومنع التيارات التى لا تلائم سياستها أو تتعارض مع مجهودها الحربى ، كما تولت بنفسها تعبئة الرأى العام وإثارته وتوجيهه الوجهة التى تساعدها على الحصول من شعوبها على كل ما تتطلبه الآلة الحربية من تضحيات فى الأنفس والأموال .

وقد كانت الحرب العالمية الأولى ، ظاهرة عالمية جديدة ،

إذ لم يسبق أن عدداً كبيرا من الدول التحم فى معركة كبيرة وميادين فسيحة كتلك الميادين وألقت كل دولة محاربة بكل ما لديها من امكانيات لتضمن النصر لنفسها ، وقد أدى ذلك لتحول فى خطط الدعاية وأساليبها ، إذ تضاءلت الحرية الشخصية واختفت تقريبا من كل تلك البلاد لأن المعارك كانت معارك حياة أو موت ، وكانت الحرب حرب أمم وشعوب أكثر منها حرب قوات نظامية ، بل إن الحرب قلبت أوضاع الحياة رأسا على عقب ، وكانت أكثر تأثيراً على الدعاية منها على غيرها من طرائق العيش وكل دولة كانت تعلن من أبواقها أنها تريد بحربها القضاء على المعتدى ، عدو البشرية وأن تكفل أمنا دائما وتحقق للناس ما تخيله رجال القانون الدولي العام من عالم تغمره السعادة وترفرف عليه ألوية السلم والحرية بصفة دائمة ، ولم تكن تلك النغمات إلا دعاية جوفاء أريد بها الحصول من الشعوب المغلوبة على أمرها على مختلف ضروب المعونة وصرفها عن المطالبة بحقوقها المهضومة .

وقد رأت العقلية السياسية التى خلقتها الحرب الكبرى أن الدعاية ضرورة لا تستطيع الدولة أن تعيش بدونها ، خصوصا وقد وثب إلى كراسى الحكم رجال أو أحزاب وأرادوا أن يفرضوا أنفسهم ونظرياتهم علي الشعوب فرضاً ورأوا أن الدعاية هى التى تجـــذب القلوب إليهم ، وأما أسنة الحراب

فلا تكفى لضمان الاستقرار أو لتطبيق البرامج الجديدة التى يحملونها لشعوبهم .

والحكم الدكتاتورى ، لايقوم نتيجة إرادة حرة للشعوب أو انتخاب مباشر أو غير مباشر ، كما هو الحال فى البلاد الديموقراطية بل إن الدكتاتور لا يستمد سلطانه من إرادة الشعب ، وإنما تعد تصرفاته مشروعة وعادلة فى نظر القانون طالما كانت لديه القدرة على حمل الشعب على طاعة أوامره وقوانينه ، ويري علماء الدساتير فى العصر الحديث أن القانون يسير دائماً وراء القوة ، وذلك بغض النظر عما يراه الناس ، ولكن هذا لايمنع من أن الدكتاتوريات أشد من غيرها حاجة للاقناع بسلامة تصرفاتها ، واخلاصها لقضايا الشعوب التى تحكمها ، وذلك لكى تأمن الهزات وتتفادى ظهور قوة أخرى تنتزع منها السلطان بنفس الوسائل والأساليب التي حصلت عليه هى ، ومن أجل ذلك قيل إن بلاد الحكم المطلق أشد إفراطا فى الدعاية من البلاد المحكومة حكما ديموقراطيا .

فى هذه البلاد ، تعتبر الدعاية فى مقدمة وظائف الدولة لأنها مفتاح الثقة وأداة إذعان الشعب فهى تسير مع القوة جنبا إلى جنب ، وتدور موضوعاتها حول المثالية التى ينادى بها الحاكم ، بل تحاول أن تجعل من دعوته عقيدة تتأصل فى النفوس وكأنها دين من الأديان ، والدكتاتوريون يجنحون للتسلط على القلوب وغزو العقول والأفهام وإخراجها من

معمل حكمهم الدكتاتورى ويلتمسون الأعذار بحاجة الأمة إلي الوحدة والانسجام بين مختلف عناصرها وأنها بغير الوحدة والعروة الوثقى لا تستطيع أن تعيش فى خضم الأحداث العالمية . ولا يقتصر نشاط الدعاية على معالجة المشكلات السياسية بل يتناول تربية الروح وتغذية الشعور العام وارساء قواعد المثل الأعلى الذى يحمل النظام الجديد مشعله ، وعلي عتبة هذه الأهداف العليا تذوب الحرية الفردية ، ولا تحتمل الدولة أية دعاية مضادة تنتشر تحت ستار الحرية الشخصية ، وإنما تأخذ الدولة الأمور بيد من حديد وتقضى على كل نشاط مضاد أو شبه مضاد لها ولاتسمح بقيام تنظيمات حزبية أو جماعية بجانب النظام السياسى القائم ، وتجعل الدعاية عملا حكوميا بحتا بل تصبح الدعاية من الوظائف العامة لأن الدولة تعتبر نفسها مسئولة عن الفكر السياسى فى البلد الذى تحكمه .

وهذه الحالة قد ظهرت فى روسيا السوفيتية وفي إيطاليا الفاشية وفى ألمانيا النازية ، فكانت الأغراض والخطوط الرئيسية للدعاية السياسية والوسائل والأساليب التي استعملت متشابهة مع فوارق بسيطه ترجع إلي ظروف كل بلد وحالة الشعب النفسية فيه .

وينفرد الشعب الايطالى عن الشعوب التى ذكرناها بأنه يميل إلى الفردية ويمقت الأنظمة الجماعية ، وهو شعب من شعوب البحر الأبيض المتوسط ، يعيش فى الخيال، وبه أنانية،

فوق أنه مرتع خصب للدسائس كما أنه شعب سطحى ، وليس من السهل على أى زعيم مهما كان قويا ، أن يوحده فى ظل مثالية معينة وقد تأثرت إيطاليا كثيراً بالتعاليم المسيحية ، فلم يكن من المتيسر أن تحل محل هذه التعاليم ديانة جديدة ، ولكل تلك الاعتبارات واجه الحزب الفاشستى فى أول عهده متاعب شديدة .

أما ألمانيا فقد كانت أكثر الشعوب استعدادا لأن يفرض عليها نظام واحد ، وكانت تربة خصبة للدعاية النازية وهذا يرجع لطبيعة الشعب نفسه ، وشعور كل ألمانى بأنه قوي بأمته قوي بقوة الجماعة التي يعيش بين ظهرانيها والرجل الألمانى يتغذي بالأحلام التي تشع من غابات ألمانيا ويتغذى بشعور وطنى عميق ويتوق لأن يقوده زعماء أشداء فلم يكن عجبا أن ينجح الحزب الاشتراكي الوطني ويجعل من الرايخ الألماني الثالث محرابا يتعبد فيه كل ألمانى على ظهر الأرض وقد كانت دعاية الحزب النازى فى عشر سنوات نموذجا فذا للدعاية المبنية على علم وتخصص وخبرة .

وأما روسيا السوفيتية التي سبقت النازية فى القيام بدعاية سياسية منظمة على نطاق واسع ، فلم تجد التربة السهلة التي وجدها الحزب النازى وارتطمت بمتاعب داخلية وخارجية . وكان لينين روح الدعاية وقلبها النابض وقد استمر يدعو للبلشفية عشرين سنة قبل قيام الثورة ، وفى تلك السنوات

العشرين صنع الأسلحة السيكولوجية وغيرها من أسلحة الدعاية التي تكفل له النصر ، ولولا عبقرية هذا الرجل وأعصابه الفولاذية لقتلت الشيوعية وهي في مهدها ولكنه عرف كيف يلعب بمزاج الشعب الروسي ويستغل جميع الظروف لمصلحته ، وساعده في دعايته الفقر الشديد والبؤس الذي كان آخذا بخناق الشعب ، كما استفاد ببساطة الشعب وجهله وغفلته وباتساع رقعة البلاد وطبق النظريات العلمية تطبيقا صحيحا ، وعني بالأصول دون الفروع والتفاصيل ، ولم يصطدم بعقيدة قوية كانت تتحكم في عقلية الرجل الروسي وتقف حاجزاً دون النظرية الجديدة بل كانت العقائد قبل الثورة الروسية قد تزلزلت وانهارت وقد كانت دعاية لينين بلسما للقلوب الحائرة ووقوداً للغرائز الجامحة التي استغلها أيما استغلال . في سنة ١٩١٧ ، كان الشعب الروسي قد مل القتال وكان تواقا لانهاء حالة الحرب والتخلص من أوضاعه الاقتصادية العقيمة ، وكانت كلمة سلم أو أرض محببتين إلى نفسه فأثارتا الملايين من الرجال ، والشعب الروسي لا يعدو أن يكون شعبا تثيره الكلمات الرنانة ولو كانت جوفاء ولا معني لها ، ثم أنه لا يطلب شرحا ولا أدلة على صدق ما يلقى به إليه ، وقد وجد الشعب في قادة الثورة منقذين وسلم لهم طائعا وتنازل بسهولة عن حريته الشخصية ، وكان ذلك راجعا إلى تاريخه وجغرافيته وحالته السيكولوجية الخاصة .

وأما الفاشيـة والنازية فكانتا قائمتين بدعاية تستهدف مطالب سياسية معروفة لشعبي إيطاليا وألمـانيا ، أما لينين فلم يكن ينادى بمطالب خاصـة لشعبه وإنما أعطى نظريته صبغة عالمية وادعى أنه جاء للناس بدين جديد ، ولـكن هذا الدين كان عدوا لأى دين آخر ولأية دعوة سياسية سبقته وكما ادعت الثورة الفرنسية أنها قامت لتغيير أنظمة الحكم فى العالم ادعت الثورة الروسية أنها تريد أن تقود العـالم كله لذلك الطريق الجديد ، ووعدت البشرية بجنة أرضية لا يكون فيها نظام للطبقات وإنما تحقق العدالة المطلقة للجميع وتقضى على الرأسمالية القضاء المبرم ، كما تقضى على الملكية الخاصـة وتنشد المساواة المطلقة ولذلك راحت تدعو العمال في مختلف بقاع الأرض كي يتحدوا ويقيموا دكتاتوريات شعبية فى انتظار إقامة النظام العالمى الجديد وعممت الثورة الروسية وسائل الانتاج وقالت إن كل فرد يشتغل حسب كفايته ويقبض حسب احتياجه ، وأنه حينما يتحرر العالم من طغيان الرأسمالية ومن الحروب التى يوقد جذوتها الانتهازيون والاستغلاليون فسوف يكون فى مقدوره أن يرى المساواة الحقة وتصبح الدولة عديمـة الفائدة ولـكن إلى أن يصل العالم إلى تلك الغاية يجب أن تظل الدولة قائمة حتى تأتى بالجنة الأرضية العالمية .

أما النظرية النازية فكانت مجموعة مبادىء يتألف منهـا

إيمان جديد للشعب الألمـانى ، ورأى أصحاب هذه النظرية أن يغيروا الحالة المعنوية تغييراً تاما ، وقد تقمص شخص هتلر هذا الاعتقاد الجديد الذى أراد أن يوحد ألمـانيا كلها وينتشلها من الفاقة والمحن السياسية التى فرضتها عليها هزيمة الحرب العالمية الأولى .

وكانت الاشتراكية الوطنية ، تنكر على الفرد قيمته الذاتية ، فلا تنظر إليه إلا كلبنة فى بناء المجتمع الألمـانى ، فما عليه إلا الطاعة والفناء فى سبيل الجماعة ، ومجدها ، وقد أحيت النازية نظرية العنصرية الآرية ، التى قال بها من قبل الفلاسفة من أمثال « نيتشة » ، وما دام الرأى هو رأي الجماعة ، ولا فردية على أى نحو كان ، فما هى السلطة التى تمثل هـذه الجماعة ، وتكون كلمتها هى القانون ؟ ! لقد ركزوا السلطة كلها فى يد «الفوهرر» أي الزعيم Fuhrerprinzip ، وهو الذي يعبر عن إرادة الجماعة ، وهذه النظرية كذلك لم تكن جديدة ، فقد قال بها «فشت» Fichte ، و«لاسال» Lassale و « سبنجلر » Spengler ، و « فاندربروك » Bruck والفوهرر هو رمز الايمان الجديد ، وهو الدولة ، وما على الشعب إلا الطاعة والولاء ، لأنه مرآة لضمير الشعب الألمـانى ، وأوجدوا هيئة اتصال بين الشعب وزعيمه ، وهذه الهيئة هي الصفوة التى تتألف منها هيئة الحزب ، وهي

المحرك للجماعة ، وهى التى تنشر الدين السياسى الجديد ، وتدافع عنه .

ونظام سياسي ، يقوم على تلك الصورة ، لا يستطيع أن يعيش بغير دعاية متينة ، تعمل على الاحتفاظ بالسلطة والنفوذ ، وتستأصل شأفة كل معارضة ، وتسهر فى الوقت نفسه على تسليح الشعب وتعبئته تعبئة عامـــة . وتنقل آراء الزعيم إلى شعبه وبالعكس ، فالدعاية فى هذا النظام مرفق عام من مرافق الدولة ، كما أنها وظيفة رئيسية من وظائف الحزب القابض على زمام الأمر .

ولم يكن « موسولينى » مبتكراً للنظام الفاشستى ، فقد وردت كلمة « دوتشي » Duce فى كتابات الفلاسفة الايطاليين من أمثال « بلانكى » Blanqui و «أوريانى» Oriani و « كورادينى » Coradini ، وهؤلاء بدورهم كانوا ينادون بفناء شخصية الفرد ، وذوبانها فى شخصية الدولة .

كتب موسوليني عن الفاشية ، فصلا منشورا ، في « الانسكوبيديا » فقال :

« إن الفاشية هي تثبيت وتوكيد للدولة باعتبارها ضالة الفرد وطلبته . . . وما الحرية الحقة إلا حرية الدولة ، وهي التي تكفل حرية الفرد كعضو فيها . والواقع أن الفاشية تعالج كل الأمور من زاوية الدولة . . . »

وحاول موسوليني أن يجعل من الفاشية ديناً للشعب الايطالى ، باعتبارها قوة روحية ، تتمثل فيها صور الحياة الفكرية والمعنوية ، فقال : « ليست الفاشية مجرد مشرع ، ومؤسس لنظام الحكم ، ولكنها معلم ومرب روحى . وهى تعمل لاعادة بناء الحياة الانسانية ، فتكون الفرد وأخلاقه وعقيدته . وهى في سبيل ذلك تتطلب النظام وتحتاج إلى السلطة ، بشرط أن يكون هذان العنصران قد امتزجا بالأرواح. وترى الفاشية أن الدولة هي المثل الأعلى ، والدولة واعية ، ولها إرادة ، والدولة هي الحارس الأمين على سلامة المجموع فى الداخل والخارج ، كما أنها ترعى روح الشعب ، تلك الروح التي ربتها القرون الطوال ، وهي تشمل ضمن ما تنطوى عليه لغة الأمة وعاداتها وتقاليدها وعقيدتها » .

ولذلك ادعت الفاشـــية أنها تدعو إلى الديموقراطية الصحيحة ، ولكنها فى الواقع قد مزجت بين مبادىء منافية للديموقراطية ، ومبادىء كانوا يسمونها نقابيـــة الدولة ، وأثارت الفاشية العواطف الوطنيـة ، ودفعتها نحو الفتح والعدوان على الغير . ويستفاد هذا الاتجاه من تصريحات موسولينى ، ومنها بيانه الذى ألقاه فى مجلس النواب فى ٢٦ مايو سـنة ١٩٢٧ ، وقال فيه إن الفاشية ، ستعيد إلى إيطاليا امبراطوريتها الرومانية .

وكان برنامج الفاشية فى الداخل ، يسعى لخلق رجل

إيطالي من طراز جديد ، يخوض غمار الحرب ، ويتبارى في ميادين البطولة الوطنية . وكانت تنادى كل فرد لأن يكون مستعدا للتضحية ، والبذل ، فى سبيل وطنه ، حينما ينادي المنادي للجهاد والنضال ، وعلى الدولة ، أن تتعهد كل مولود إيطالي ، وهو فى المهد وتنشئه على مبادىء إيطاليا الجديدة .

ولم تكن نظرية موسوليني مبنية على فلسفة عميقة ، بل كانت مثالية عملية تستهدف غرضين رئيسيين وهما الوحدة والاستعمار . ولذلك لم تستخدم الدعاية فى التبشير بفلسفة سياسية ، كدين جديد ، كما فعلت روسيا السوفيتية ، أو ألمانيا النازية ، وإنما استعملت فى إيقاظ نخوة الشعب للاستجابة للحكومة الفاشية ، ومعاونتها على تحقيق الوحدة ، وإعادة ملك قيصر .

ومما تقدم ، تتضح الفوارق بين ما كانت تدعو إليه الدكتاتوريات الثلاث ، فى موسكو وبرلين وروما ، وهذه الفوارق كانت واضحة فى لغة البيانات والمقالات والاذاعات المختلفة ، ولكن الاستراتيجية كانت واحدة فى أساليبها ووسائلها وخطوطها الرئيسية .

* * *

وبالدعاية استطاعت كل واحدة من الدكتاتوريات المشار إليها أن تصل إلى الحكم .

ففى روسيا بدأت الدعاية الشيوعية قبل سنة ١٩١٧ . وكانت القيصرية فى شغل شاغل بمقاومتها ، والضرب على أيدى مروجيها ، ولكن « لينين » استطاع أن يواصل العمل فى المنفى ، مستعينا بعصابة من البلاشفة الذين احترفوا هذه الدعاية ، وأعدوا لها فى مدارس أنشئت خصيصاً فى « كابرى » ، وفى بولندا ، وفى غيرها ، وتسربت بضاعة هؤلاء وتغلغت فى روسيا ، على الرغم من نشاط بوليس القيصر .

كان البلاشفة ، يدعون سرا ، وفى طى الكتمان الشديد ، فى حين أن الدعاية النازية والفاشية ، وهما بصدد محاولة الوصول إلى الحكم ، كانتا تعملان فى وضح النهار .

قال موسولينى فى حديث له ، سنة ١٩٢٢ : « إن برنامجنا بسيط ، وواضح ، فنحن نريد أن نحكم إيطاليا » . وقد بدأ دعايته فى ميلانو ، فى سنة ١٩١٩ ، بتأسيس صحيفة يومية فيها ، وراح يستغل تبرم الشعب الايطالى بمعاهدة الصلح ، وشعوره بالغبن الذي حاق به ، وخيانة حلفاء الغرب له . وتقدم موسولينى للانتخابات النيابية فباء بالفشل ، ولكنه لم ييأس ، ولم تقعده الهزيمة عن المضى فيما أخذ نفسه به ، فضاعف دعايته ، حتى استخدم الأغانى الشعبية ، والموسيقى ، وألف فرق ذوى القمصان السوداء ، وبدأت تتظاهر فى الشوارع ، والميادين ، فى صفوف وطوابير نظامية ،

وكان اختيار موسوليني للون الأسود ، شارة حداد ، ترمز لايطاليا الحزينة ، لما أصابها على أيدى حلفائها الغادرين . وهذه الدعاية أيقظت الشعور الوطنى في قلوب الايطاليين ، وتحمس لها المحاربون القدماء ، الذين جعلوا جمهرة الشعب ، تموج ، وكأنها ترقص فوق بركان . واستمرت هذه الدعاية تحتدم ثلاث سنوات كاملة ، وتستغل سوء الحالة الاجتماعية والاقتصادية ، وعجز الحكومة عن معالجة المشكلات التى لا تقبل التأجيل . وكانت الماركسية زاحفة على إيطاليا ، وكانت تنخز في عظامها كالسوس فتصدت لها الفاشية ، وآلت على نفسها أن تحطم تلك البضاعة الروسية ، وتحولها إلي رماد تذروه الرياح ، ولجأت الفاشية إلى العنف ، ونجحت في وضع ملك إيطاليا أمام الأمر الواقع ، وتعيين موسوليني رئيساً للوزارة فى أكتوبر سنة ١٩٢٢ .

وفى ألمانيا ، لما حاقت بها الهزيمة ، بعد الحرب العالمية الأولى ، تأسس حزب العمال الألمانى ، ليثأر لشرف بلاده . وانضم «أدولف هتلر» إلي هذا الحزب ، في نهاية سنة ١٩١٩ ، وسرعان ما أهلته مواهبه وحماسته لرئاسة قسم الدعاية فى الحزب المشار إليه ، واشتد ساعده ، وقوي نفوذه فى الحزب ، فلخص مبادئه فى خمسة وعشرين بنداً ، وحصر أعداء ألمانيا فى أربعة وهم : الرأسمالية ، والماركسية ، واليهود ، والأجانب ، وقام هتلر بدعاية منقطعة النظير ، طيلة

أربع سنوات من أكتوبر سنة ١٩١٩ إلى نوفمبر سنة ١٩٢٣ ، حتى جعل من ذلك الحزب الصغير حركة شعبية ملفتة للأنظار ، وكان يلهب حماس الجماهير فى الاجتماعات المتعددة التى عقدها وخطب فيها ، خطباً كانت تحمل عصيراً من قلبه القوى ، وكانت تعبيراً صادقاً عما يساور نفوس مواطنيه ، وسرعان ماجند المتطوعين الذين انخرطوا فى صفوف حزبه ، وكان قادراً على اجتذاب خصومه ، وإقناعهم بمبادئه .

ولجأ هتلر فيما لجأ إليه إلى القوة المادية ، فكان يسلط جماعته على خصوم حزبه ، فتلتحم مع الخصوم فى معارك تستعمل فيها الأيدى والهراوات، والأسلحة أحيانا ، وكانت تلك المشاجرات تأخذ مكانها حيثما تكثر الجموع ، حتي على أبواب دور السينما ، فيتدخل البوليس ، ويلتفت الناس إلى هذا الحزب المشاغب ، ويتساءلون عن مبادئه وأهدافه ، فتروج دعوته بسرعة . وتحت تأثير الدعاية انضم إلى الحزب بعض كبار الشخصيات الألمانية ، واستطاع هتلر أن يصدر صحيفة أسبوعية اسمها **Volkischer Beobachter** ، وانتخب هتلر رئيسا للحزب ،الذى صار اسمه «الحزب الوطنى الاشتراكى للعامل الألمانى» وبدأت فى داخل الحزب أعمال التجنيد ، والتدريب العسكرى ، ووضعوا خطة الوصول إلى الحكم فى سنة ١٩٢١ . وفى السنة التالية ، منيت ألمانيا بأزمة مالية شديدة ، فكانت فرصة فذة استغلها الحزب

الاشتراكى الوطنى ، وجمع حوله الساخطين والمتذمرين ، واتخذ من البؤس والشقاء وكراهية الحكم القائم وقتئذ مادة دعاية دسمة . ولما نجح الزحف الفاشستى على روما ، أراد هتلر أن يحذو حذو موسوليني ، فدبر انقلاب « ميونيخ » فى سنة ١٩٢٣ ، ولكن قضى على هذه الحركة ، وهى فى مهدها ، وزج بهتلر وصفوة من صحبه فى غياهب السجون، وفي قلعة « لاندسبرج » Landsberg ، أملي زعيم الرايخ الثالث ، كتابه « كفاحى » ووضع فى هذا الكتاب وهو فى سجنه دستوره وبرنامجه لحكم ألمانيا ، وجعلها دولة عظمى، وقرر في هذا الكتاب ، أنه لابد أن يسبق الانقلاب استخدام الدعاية حتى يظفر الحزب بتأييد إجماعي من الشعب.

وكان هناك توارد خواطر بين هتلر ، ورجل آخر ، من خيرة شباب ألمانيا ، وصفوة أبنائها المثقفين ، وهو الدكتور « يوسف جوبلز » الذى انضم إلي الحزب النازى فى سنة ١٩٢٢ . وكان هتلر هو الذى اكتشف « جوبلز » وتوسم فيه عبقرية خارقة كمنظم حزبى ، وكخطيب ، فلما أصيب الحزب بهزيمة « ميونيخ » لم يتطرق اليأس إلي قلب « جوبلز » ، بل فر إلي « البرفيلد » ، وهناك اشتغل رئيس تحرير لاحدى الصحف المحلية ، فتابع فى أعمدتها الدعاية لمبادىء حزبه النازى . وفى سنة ١٩٢٥ اشترك مع صديق له ، اسمه « جورج استراسار » فى تأسيس صحيفة اسمها « الآداب

الاشتراكية الوطنية » ، وفى نفس السنة ، خرج هتلر من السجن ، وهو أشد ما يكون تصميما على استئناف النضال ، وفى العام التالى ، أسند إلى «جوبلز» منصبا رئيسيا فى الحزب، بتعيينه رئيس لجنــة الحزب المركزية فى برلين ، وكانت لبرلين أهمية خاصة ، لأنها كانت معقلا للماركسية ، التى حكم عليها هتلر بالاعدام ، وقضى « جوبلز » عامين ، فى دراسة ، سيكولوجيا العاصمة ، وقد تبين له أن الشيوعية التى تغمر طبقاتها العاملة ، ليست إلا أعراضا سطحية ، ولكنها لم تصل إلى الأعماق ، وغزا برلين بدعاية فنية محكمة ، وكانت فى صراعها مع الماركسية كعصا موسى ، وهى تتلقف ما يأفك الساحرون ، وقد أثخنت الفرق النازية جراح الشيوعيين ، وكانت تضربهم ضربا مبرحا ، واستخدمت الدعاية النازية كل وسيلة ممكنة لاجتذاب الناس إليها ، فالمواكب الرائعة ، والخطب الحماسية المثيرة ، والمعارك الصاخبة ضـد الشيوعيين تارة ، وضـــد البوليس تارة أخرى ، والمنشورات ، والاعلانات ، والأعلام ، والطوابير والقمصان الداكنة ، كل ذلك مكن لهتلر وجوبلز من اجتياح برلين ، والسيطرة على مشاعرها . ففى ثلاثة أشهر ، تضاعف عدد أعضاء الحزب النازى، وهزم أعداؤه هزائم متلاحقة. ولما جرت الانتخابات العامة ، فى سنة ١٩٢٨ ، فاز الحزب النازي بثمانمائة ألف صوت ، واحتل اثنى عشر مقعدا فى « الرايشستاغ » ، ونيطت دعاية

الحزب كلها بالدكتور « جوبلز » . ووصل الرجلان إلى الحكم بالطرق المشروعة فى سنوات قلائل ، فبعد أن كانت نسبة الأصوات التي حصل عليها الحزب النازى ، من مجموع أصوات الناخبين ، فى سنة ١٩٢٨ لا تزيد على ٢ر٦٣ ./. ، بلغت هذه النسبة في انتخابات مارس سنة ١٩٣٣ أربعة وأربعين فى المائة ، وارتفعت فى انتخابات نوفمبر من نفس السنة إلى ٩٥ ./. وقد اضطر الرئيس « هندنبرج » لاسناد منصب مستشار الرايخ الألمانى إلي الهر هتلر ، ولما مات هندنبرج ، نودى بهتلر زعيما للشعب والدولة ، وقبض الحزب النازى على ناصية الأمور بيد من حديد .

ويرجع أكبر نصيب من الفضل في هذا النصر المبين للدكتور جوبلز ، وأجهزة دعايته المتقنة ، وأساليبه العلمية المبتكرة ، وقد كان خبيرا بعلم النفس الاجتماعى ، وعرف أن الشعب الألماني ، قد جبل على حب العسكرية ، والتعلق بها إلى حد بعيد ، فكانت الحلي الموشاة تهز حماس الجماهير ، كما راعتهم الطوابير النازية ، التى كانت تعبر عن وطنية دافقة ، وعزم على الثأر لألمانيا ، لا تفله قوة فى الأرض . وكانت سنة ١٩٣٢ من السنوات الحاسمة فى تاريخ النازية ، فقد رشح هتلر فى انتخابات رئاسة الجمهورية ضد الرئيس « هندنبرج » ، وبفضل الدعاية البارعة ، اهتزت أركان الكرة الأرضية بهذا الاسم الجديد ، بل ذلك النجم الذي لمع

فجأة في سماء ألمانيا ، معلنا عن أحداث جسام ، وتطورات فى حياة العالم ، لايمكن التكهن بها . وفى مضمار الدعاية الانتخابية استطاع جوبلز أن يغطى ألمانيا كلها بصور هتلر ، وراجت اللوحات والاعلانات ، التى تحمل هذه العبارات « هتلر سيصبح رئيسا » و « مع ذلك سيكون هتلر رئيس ألمانيا » . وعقدت مئات الاجتماعات يوميا ، وشهدت برلين عشرين أو ثلاثين من الاجتماعات فى اليوم الواحد ، وكانت سيارات النقل تطوف فى الشوارع ، حاملة أنصار هتلر ومؤيديه ، وتقيم المدينة وتقعدها . وفى الليلة الواحدة ، كان كل من هتلر وجوبلز يخطبان مالايقل عن خمس أو ست مرات ، وقد طافا ألمانيا كلها على متن الريح ، فكان هتلر يخطب صباحا فى بروسيا الشرقية ، ويخطب بعد الظهر فى سيليسيا ، ويحضر اجتماعا فى المساء فى « ورتنبرج » ، ثم يطير قبل أن ينتصف الليل إلى « بافاريا » ، وجوبلز من ناحية أخرى ، كان كمن يحمل فى طائرته مسحوق دعاية ساحرة ، ويرش هـذا المسحوق فوق كل شبر من أرض ألمانيا ، وبذلك أضحت النازية ديناً يدين به عشرات الملايين من أبناء ألمانيا . ولم تكن تمر دقيقة واحدة ، دون أن يسمع الشعب من الاذاعة ، أو من مكبرات الصوت ، نداء جديدا ، يردد اسم هتلر ، أنشودة ألمانيا فى القرن العشرين ، ولم يبق مكان من جدار إلا وعليه صورة لهتلر أو إعلان أخاذ من

إعلانات الحزب النازي . ونتيجة لذلك كله ، عين هتلر مستشارا للرايخ الألماني فى ٣٠ يناير سنة ١٩٣٣ ، ودق قلب ألمانيا دقات نازية شديدة ، تنادي أن وحدوا ألمانيا ، وانتظروا الخطوات التالية من الوطن الألمانى الكبير .

* * *

وماذا بقي بعد الوصول إلي الحكم ؟ !

بقى على الدعاية واجب أهم ، وجهد أقسى مرارة . فجهاز الدعاية الضخم ، هو المسئول الأول ، عن الاحتفاظ بالحكم ، وإرساء قواعد العهد الجديد . والوسيلة واحدة ، فى مختلف تلك البلاد ، ذات أنظمة الحكم المطلق ، ألا وهى تعبئة شاملة لجميع أدوات الدعاية وطرائقها ، ووضعها تحت تصرف الدولة ، واحتكار الدولة لها وتأميمها .

والصحافة هى العقدة الأولى ، والمشكلة الكبرى التي يجب التغلب عليها . أتدرى ماذا فعلوا بصاحبة الجلالة ؟ !

كان لينين وهو فى منفاه ، ينادى عشرين سنة متصلة بوضع الصحافة جملة فى خدمة البلوريتاريا . وقد فعل ذلك بمجرد نجاح الثورة . وأول إجراء اتخذه ، هو الحكم بالاعدام فورا على الصحف المعارضة ، وتأميم الصحف والمجلات من غير استثناء . وقبل أن يدبر عام ١٩١٧ ، قرر مجلس قومسيري الشعب ، إلغاء ترخيصات جميع الصحف ،

التي كانت تصدر فى روسيا ، ووضعوا لذلك نصا دستوريا ، هو المادة ١٤ من دستور ١٠ يوليو سنة ١٩١٨ ، لتبرير الاجراءات التى اتخذت فى العام السابق ، وترجمة هذا النص هى :

« لضمان حرية التعبير عن الرأي للعمال ، ألغت الجمهورية الاشتراكية الفيدراليه لروسيا السوفيتية ، تبعية الصحافة لرأس المال ، ووضعت تحت تصرف الفلاحين ، والعمال الوطنيين ، جميع الوسائل الفنية والمادية ، اللازمة لتحرير الصحف ، والنشرات ، والكتب ، وسائر المطبوعات الأخرى ، وضمان ذيوعها فى سائر أنحاء البلاد » .

ولم يبق من الصحف إلا تلك التي تنطق بلسان الدولة ، أو لسان الحزب الشيوعى ، أو تصدر عن المنظمات العمالية ، وجماعات الفلاحين ، وحرم على غيرهم أن تكون لهم صحافة . وهذا الاجراء يعتبر نتيجة منطقية لنظام الحكم السوفيتى ، هذا النظام الذى جند العقول ، كما جند الأجسام . وقد قالوا إنه مادام أن روسيا السوفيتية هى دولة الكادحين من العمال والفلاحين ، فحرية الرأى والقول حلال لهم ، حرام على غيرهم ، وفى هذا النظام الشديد الوطأة ، أمموا الانتاج كما أمموا الدعاية ، وفعلوا هذا باسم الشعب ، فكانت سياستهم ديموقراطية شعبية ، ولكنها ديموقراطية مؤممة ، جعلت من الفرد آلة تحركها الدولة ، وتتصرف فيها كما تريد ، وزعموا أن الشعب

هو الذى يحكم ، ولكن عصابة جبارة هى التي احتكرت كل شىء في الدولة ، وفرضت هـذا الاحتكار على الصحافة وحرية الفكر ! !

وبهدى من هذه العقلية ، وباسم الشعب ، وضعت روسيا السوفيتية ، دستور سـنة ١٩٣٦ ، الذي أعطى الدولة هيمنة تامة على أدوات التعبير عن الرأى ، وعلى الفكر بوجه عام . وكتبت « البرافدا » فى ٢٢ يونيو سنة ١٩٣٦ ، مقالا ، نوهت فيه عن هذا الدستور فقالت :

« فى بلاد السوفيت ، ألغيت الصحافة التى أفسـدتها البرجوازية ، واختفت إلى غير رجعة ، كما اختفى رأس المال ولن يعود أبدا . وإنا لنستخدم حرية القول ، وحرية الصحافة ، وهما القوة الجبارة ، فى تدعيم النظام السوفيتى . وكل من يحاول أن يزعزع هذا النظام ، عدو للشعب ، ولن يسمح له بأن يتناول ورقة ، ولن تطأ قدمه عتبة المطبعة ، التي ينشر منها سمومه ، ولن يجد قاعة واحدة ، أو ركنا فى قاعة ليرفع صوته » ! !

وقد وجهت روسـيا الحمراء جل اهتمامها للصحافة ، وجعلتها ركناً ركينا فى بناء الدولة ، فالدولة هى التى تمول الصحف ، والدولة هي التي تمدها بالورق وبالمداد ، وبآلات الطباعـة ، والدولة هى التى تعين المحررين ، وسائر عمال الصحيفة وموظفيها ، ويتلقون منها الأوامر والتعليمات ،

بوساطة إدارة الصحافة ، التابعة للجنة المركزية للحزب الشيوعي ، وتتفرع عن هذه اللجنة ، لجان محلية ، تراقب الصحف ، وتتولى صناعة آلات الطباعة ، وتوزيعها .

وبمراجعة الاحصاءات والأرقام ، نجد أن عدد الصحف فى روسيا القيصرية بلغ فى سنة ١٩١٣ ثمانمائة وتسعة وخمسين صحيفة ، وكانت تطبع فى اليوم الواحد ثلاثة ملايين من النسخ ، وفى آخر إحصاء ، وصلنا عن صحف روسيا السوفييتية ، بعد الحرب العالمية الثانية ، زاد عدد صحفها على ستة آلاف صحيفة ، وذلك عدا ثلاث صحف كبري ، تصدر فى موسكو ، وتطبع هذه الصحافة فى اليوم الواحد ، مايزيد علي ثلاثين مليونا من النسخ . ويجب أن نلاحظ أن الألمان ، قد أحدثوا تخريبا شنيعا فى روسيا ، ودمرت دور صحف كثيرة ، وعطلت آلاتها ومكاتبها .

ويتلخص نظام الصحافة هناك ، فى أن صحف موسكو الكبرى ، هى التي تقوم بتوجيه الصحافة كلها فى الاتحاد السوفيتى ، وكل واحدة من تلك الصحف الكبرى ، تخضع لاشراف وسيطرة منظمة عليا من منظمات الحزب السوفيتى ، وتساهم كل نقابة ، فى التحرير ، والاخراج . «والبرافدا» ، هي لسان حال لجنة الحزب المركزية ، و « الانفستيا » ، هى لسان حال الحكومة ، « والترود » هى صحيفة اللجنة المركزية للنقابات .

وتقوم هذه الصحافة المركزية ، بدور الايحاء والتوجيه للصحـــافة الاقليمية ، وتظهر صحف الأقاليم فى أشكال وقوالب مختلفة ، وهناك صحيفة المصنع ، وصحيفة الحقل ، وصحيفة النقابة العمالية ، وصحيفة نقابة الفلاحين ، وتخضع كل صحيفة لمنظمة شيوعية ، تصدر لها الأوامر ، التي تتلقاها المنظمة من موسكو ، وتسهر على تنفيذها ، وما على الصحف إلا الطاعة العمياء ، وتطبع كل صحيفة بلغة الجهة التى تصدر منها ، فالأوكراني والتركمانى ، والقوقازى ، والتتارى ، كل واحد من هؤلاء ، يقرأ صحيفته بلغته وبلهجته .

وتتنوع أشكال الصحف ، وثيابها ، ولغـــاتها ، وموضوعاتها ، ولكنها جميعا أدوات دعاية ، وتتسم بالتعصب العنيف ، والمتعمد ، ولذلك يملها القارىء ، وليس فيها ما يسلي ، لأنها تكاد تكون جميعا صـورا مطابقة للأصل ، وتشترك كلها ، ابتداء من صحيفة المجلس السوفيتى الأعلي ، إلي صحيفة قروية صغيرة ، فى نشر المقال الافتتاحي ، الذى تكتبه « الانفستيا » ، والذى يحرر فى موسكو ، وتراجعه اللجنة المركزية ، وتراقبه قبل نشره ، عدة إدارات ، فيظهر فى جميع الصحف ، في وقت واحد . وتحتكر وكالة تاس السوفيتية سائر الأنباء ، ويحرم على أية صحيفة ، أن تنشر خبراً محليا ، إلا إذا استقته من المصادر الرسمية .

ومن أجل ذلك تجهل عامة الشعب ، حقيقـــة ما يجرى

في البلاد ، وكل فرد يتعلق بأهداب السكوت والصمت ، ويتظاهر بأنه مؤمن بما يكتب وبما يقال ، ثم يضع يده على عنقه ، ليستوثق من أنه حي يرزق .

وما رجال الصحافة هناك إلا موظفون ، جندوا من بين المراسلين العماليين ، والمراسلين الفلاحين ، ويخضعون لرقابة حكومية شديدة ، ويشترط فيهم أن يكونوا أعضاء ، في الحزب الشيوعي ، ولا يسمح لهم باحتراف هذه المهنة ، إلا بعد تخرجهم من مدارس خاصة ، أنشأها الحزب الشيوعي لتوجيه الفكر وتربيته على المبادىء السوفيتية .

وتخضع المطبوعات الأخري عدا الصحافة لنفس القبضة ، ففي سنة ١٩١٨ ، أممت روسيا تجارة الكتب والمؤلفات ، وجعلت النشر احتكارا في يد الدولة ، كاحتكارها لتجارة الكتب ، والغرض من هـذا الاحتكار هو بث الأفكار الشيوعية في الشـعب ، ويطبعون كتابات زعماء الحزب بالملايين ، وتصدر هذه المطبوعات بالذات ، في سبعين لغة ، ويفرضون اقتناءها فرضا ، والتقصير في هذا الواجب ، يستتبع أشد العقاب . وتطبع روسيا من الكتب الشيوعية ، في العام الواحد ، ما لا يقل عن نصف مليار من النسخ .

ومما ساعد على رواج مطبوعاتها ، تقدم القراءة والكتابة ، ونجاح حملات محو الأمية ، وقـد غطت البلاد بشبكة من المكتبات ، وضاعفت صالات المطالعة ، وزودت الأندية ،

وعربات السكة الحديد بالمكتبات ، وكل قرية مهما كانت نائية لها عدة مكتبات عامة .

وتلعب السينما فى حياة روسيا الفكرية دورا هاما منذ سنة ١٩١٩ ، إذ أممت الدولة صناعة السينما ، وجعلت الاشراف عليها من اختصاص قومسير الشعب للمعارف العمومية . وأنشأت أخيرا ، وزارة لشئون السينما ، وتشرف هذه الوزارة على انتاج الأفلام ، وتفرض رقابتها الشديدة على كل شىء يتصل بصناعة السينما ، وهذه الوزارة هى التى تسلم « السيناريو » للمنتج ، كما أنها تربى المنتجين وسائر المشتغلين بالسينما ، وتغذيهم بالمبادىء الشيوعية ، وقد أنشأت لهذا الغرض معهدا للممثلين ، لتظهر الدعاية الحمراء فى صور أخاذة ، ومثيرة .

وبفضل هذه العناية الزائدة بالسينما ، كوسيلة دعاية ، لمعت فى المدة من سنة ١٩٢٥ إلى سنة ١٩٣٠ أسماء بعض الممثلين ، وظهرت أفلام ، كتب لها التخليد ، ولكن الصناعات الثقيلة ، قد استولت على اهتمام السوفيت ، إذ سخروا كل قواهم ومواردهم فى الانتاج الحربى ، ومع ذلك لم تغفل روسيا أهمية السينما ، ونشرها فى سائر أرجاء البلاد ، وأقامت هذه الصناعة على أسس دراسة وفنية ، فوصلت بها إلى مستوى رفيع ، ويكفي أنها استطاعت أن تصنع أجهزة سينمائية تدار

من غير حاجة إلى الكهرباء . وفى كل قرية ، ولو كانت جبلية ، أو كانت فى سيبريا ، صالات لعرض الأفلام ، ولديهم السينما المتنقلة ، التى تغزو الأنحاء الناحية ، ومجاهل الغابات ، وتزحف فوق الثلوج . وتعنى روسيا عناية خاصة بالسينما الاخبارية ، فتطبع الجريدة ، وتوزع فى الحال ، بمختلف أنحاء الاتحاد السوفيتي، وبذلك تغرس مبادىء كارل ماركس، المشربة بسمه الزعاف ، فى قلوب الناس .

ووضعت روسيا بعد الحرب ، برنامج السنوات الخمس ، ومن بين ما تضمنه ، إنشاء ٤٦٧٠٠ دار جديدة للسينما ، وقد أنشأت ، من قبل، حتى سنة ١٩٤٠ ، مايزيد على ٢٨٠٠٠ دار. وكانت موضوعات الأفلام تدور دائما حول ذلك الصراع بين الماضى والحاضر، فتسفه الماضى وتشوهه ، وتمجد الحاضر وتمنى بالمستقبل . ولما استقرت الأمور ، جنحت روسيا فى أواخر أيام «ستالين» وبناء على تعليماته، لابراز مجد القيصرية، وعزها القديم ، لأن روسيا تأبى إلا أن تكون مستعمرة ، وتحلم بوصايا بطرس الأكبر ! !

والروس ، قد سبقوا غيرهم فى الاستفادة من الاذاعة اللاسلكية ، واستغلالها ، على أوسع نطاق ، وتلك إحدى وصايا لينين ؛ وتشرف على الاذاعة قومسيرية المواصلات البريدية ، والتلغرافية والتليفونية ، وهى التى تملك وتدير محطات الارسال، بمعرفة لجنة الاذاعة، التابعة لمجلس قومسيرى

الشعب ، وهذه اللجنة تتمتع بسلطات كبيرة ، وتعمل بارشاد الحزب السوفيتى ، وتعاونها مائة وثلاثون لجنة اقليمية. ولدى الاتحاد السوفيتى ثمانون محطة إرسال ، شديدة القوة ، وهذه هى محطات موسكو الرئيسية ، وهناك عدة محطات إقليمية صغيرة ، يبلغ عددها سبعة آلاف .

وفى أول عهدهم بالاذاعة ، كانت أجهزة الاستقبال قليلة العدد . ولكنهم وضعوا نظاما يمكن للشعب جميعه من الاستماع للاذاعة ، وذلك بتزويد المصانع بالأجهزة ، ووضع مكبرات الصوت فى كل مكان ، بما فى ذلك الطرق والميادين، وبرامج الاذاعة هى الأخبار الرسمية ، وخطب وتعليقات سياسية ، ومحاضرات شيوعية ، وأوامر الحزب الشيوعي ، ويذاع هذا كله بسبعين لغة ، ولا يذكرون السياسة والأنباء الخارجية إلا بقدر محدود .

* * *

دعاية إيطاليا الفاشية

لم يكن سهلا على موسوليني أن يحاكي لينين ، ويقضي على حرية الفكر ، كما حدث فى روسيا السوفيتية . وقد وصل موسولينى إلى رئاسة الوزارة ، بطريقة شرعية ، ولم يتجاسر على تغيير نظام الدولة فور وصوله ، وقد كانت الصحافة

الايطالية ممتعة ، وقتئذ ، بحرية فضفاضة ، لا تتمتع بها زميلاتها فى بلد أوروبى آخر ، ومع ذلك كانت صحف إيطاليا متخلفة عن غيرها .

وبعد أن استقر موسولينى ، وسلخ فى الحكم ثلاث سنوات ، بدأ يتحكم فى صاحبة الجلالة ، محاولا أن يخضعها لنفوذه ، وجرد ، لمدة عامين كاملين ، حملة تأديبية ، ضد صحف الشيوعيين وسائر الصحف المعادية له ، واستخدم ذوى القمصان السوداء ، في مناهضة تلك الصحف ، ومنع صدورها أو توزيعها ، فهاجموا دور الصحف ، وحطموا بعضها ، واستولوا على أبنيتها ومطابعها ، وكذلك استعملت الرشوة فى تكميم أفواه بعض الصحف ، ولكن ظلت بعض الصحف متشبثة بحريتها واستقلالها ، وعاشت بجانب الصحف الفاشية ، والشبه فاشية ؛ وفى سنة ١٩٢٤ ، واجهت الصحافة الايطالية نقطة تحول هامة ، إذ صدرت مراسيم مقيدة لها ، وأضيفت هذه المراسيم إلى أعمال العنف ، والقتل والتخريب التى كان يلجأ إليها أصحاب القمصان السوداء ، وذلك لكى تذل الصحف من غير استثناء . وفى سبيل احتكار الصحافة ، صدر قانون ٣١ ديسمبر سنة ١٩٢٥ ، وأجاز للدولة أن تسحب رخصة أية صحيفة ، وذلك بغير معقب عليها ، ولا راد لأمرها ، وتأسست نقابة صحفيين ، شبه حكومية ؛ وفى سنتى ١٩٢٦ — ١٩٢٧ ، كان المجلس الفاشستى الأعلى ، قد اتخذ

قرارات بمصادرة جميع المطبوعات الغير موالية للنظام الفاشستى، وبتعيين مديرى الصحف من لابسى القمصان السوداء .

وفى ١٠ أكتوبر سنة ١٩٢٦ ، أدلي موسوليني بتصريح في اجتماع حضره سبعون من رؤساء تحرير الصحف ومديريها ، وقال فيه إن الصحافة هى أداة النظام الفاشستى ، ويجب أن تخضع له خضوعا تاما ، وهى لا تملك أن تشذ عن وحدة الأمة ، فالصحافة الايطالية كلها فاشية ، ولم تعد الصحافة فى إيطاليا ، كما هى فى غيرها من البلاد ، حرفة ، أو وسيلة لكسب العيش ، بل هى رسالة خطيرة ، فالصحافة مدرسة للأجيال ، وهي اللسان المتنقل بين الجماهير ، لسان يحمل للناس مشعل الفكر والعرفان .

ومنذ ذلك التاريخ ، أضحت الصحافة الايطالية احتكارا للفاشية ، وخضعت لوصاية موسولينى ، مدة خمسة عشر عاما ، وهيمن عليها بوساطة وزارة التربية الشعبية ، وهذه الوزارة ، كانت تصدر أوامرها اليومية إلى مديرى الصحف ، لتبلغها التوجيهات ، والموضوعات التى تعالجها ، وصدر قانون بتأميم وكالة « استيفانى » للأنباء ، وحرم على الصحافة نشر الأنباء إلا إذا استقتها من المصادر الرسمية ، وصارت الصحف الايطالية مملة للقارىء ، كغيرها من صحف بلاد الحكم المطلق .

وسلط الحزب الفاشستي جبروته على وسائل الدعاية

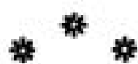
الأخرى، فأسس فى سنة ١٩٢٧ Libreria del Littorio وهى مركز ثقافى ، كانت تصدر عنـه جميع المؤلفات ، التى يسمح بعرضها فى المكتبات أو تصديرها إلى الخارج. وكانت هـذه الادارة تابعة مباشرة للحزب الفاشستى ، وقد نشرت مؤلفات موسولينى ، وسائر المؤلفات التى وضعت لشرح نظرية الحزب الفاشستى . وهذا لم يمنع من اعتبار طباعة الكتب عملا خاصا يخضع للرقابة والمراجعة من لدن الهيئة المذكورة .

وعنى الحزب الفاشستى بنشر المكتبات ، وإشاعة المطالعة الشعبية ، وعاونته السلطات الجامعية ، فى هذا العمل ، فأنشئت أكشاك الكتب المتنقلة ، وتلك التى كانت تجرها عربات وتطوف بها فى القرى ، كما جهزت السفن بالمكتبات ، لتغزو الدعاية الفاشية جميع المسافرين عليها ، أجانب كانوا أم إيطاليين .

وكذلك كان الاهتمام بالفيلم ، ولكن الحكومة الفاشية لم تؤمم صناعة السينما ، واكتفت بتقديم المساعدات المالية ، وبالتوجيه . وفى سنة ١٩٢٤ أنشىء معهد وطنى للسينما اسمه « لوشى » وكان أشبه باتحاد يشرف عليه موسولينى بنفسه ويعنى بالدعاية الرسميـة بطريق السينما فينشر الأفلام الثقافية والتربوية والعلمية والدعاية الاجتماعية والوطنيـة والأخبار والأفلام القصيرة وكانت هناك مراقبة للسينما تابعـة لوزارة التربية الشعبية وكانت الحكومة تعطى إعانات وسلف

المنتجين الذين يخدمون الفكرة الفاشية . وأخيراً صدر قانون في ٣١ يونيو سنة ١٩٣٥ فرض رقابة الدولة على السينما ، وكمل بقانون صدر في ٩ مايو سنة ١٩٣٩ ، جعل الدولة تحتكر الأفلام وتصديرها وتوزيعها في إيطاليا ومستعمراتها كما تحتكر الأفلام الأجنبية وتراجعها .

واحتكرت الدولة الاذاعة وخصصت ٢٥٪ من برامجها للأخبار والخطب والتعليقات والحوار السياسى من كل نوع وكانت الحكومة تخصص ساعتين فى البرنامج اليومى لنفسها ، وكانت المحطات ضعيفة نسبيا إلا أن الحكومة الايطالية قبيل قيام الحرب العالمية الثانية استطاعت أن تبني محطات قوية بالقرب من روما . وكانت جميع خطب موسوليني تذاع عدة مرات وكانوا يمنعون الاستماع للاذاعات الخارجية الأجنبية وتوقع الغرامات ضد المخالفين ، وكذلك استعمل الراديو ، فى الاذاعة الخارجية بمختلف اللغات ، على نطاق واسع .



الدعاية فى ألمانيا النازية

كان «جود فريد فيدر» رئيس حزب العمال الألمانى الذى حوله هتلر فيما بعد إلى الحزب الاشتراكى الوطني ، قد وضع فى سنة ١٩١٩ نظاما للدعاية من شأنه عدم السماح بمزاولة مهنة

الصحافة في ألمانيا إلا لأبنائها الصميمين، فلا يشتغل بالصحافة إلا ألماني أصيل ، وعلى الصحافة أن تكون في خدمة الشعب الألماني وحده .

ولما عين هتلر مستشارا للرايخ ، في ٣٠ يناير سنة ١٩٣٣، صدر دكرتيو في ٤ فبراير سنة ١٩٣٣ ، يخول البوليس سلطة مصادرة وتدمير أي مطبوع ، يرى أنه يعرض النظام العام لأي خطر ، وتنفيذا لهذا القانون ألغت ألمانيا النازية في شهر واحد رخص إحدى وسبعين صحيفة اشتراكية ، وستين صحيفة شيوعية . وفي ثلاث سنوات أبادوا سبعة آلاف مطبوع ، ونقص عدد الصحفيين بنسبة ٧٥ ٪. وهؤلاء أرسلوا إلي المعتقلات ، ولما كان النظام النازي قد استباح استخدام القوة إلى أبعد الحدود ، ورحبت ألمانيا بذلك أيما ترحيب ، كانت التربة مهيأة لجعل الصحافة تابعة للدولة .

وفي ١٣ مارس سنة ١٩٣٣ ، أنشئت وزارة الدعاية ، وفي ١٦ مارس سنة ١٩٣٣ عين جوبلز وزيراً لها ، وألقى خطابا مشهورا قال فيه :

« إن رسالة الصحافة ، هي معاونة الحكومة ، فليس للصحافة أن تنتقد أعمال الحكومة ، وليس للصحافة أن تعبث بإيمان الشعب الألماني بحكومته . وعلى الصحافة أن تعلم الجماهير ، وأن تتعاون مع سلطات الدولة ، بحيث تكون أشبه بالبيانو ، والدولة هي التي تعزف عليه » .

وطبقت ألمانيا هذه السياسة بسرعة نادرة ، وأنشأت الحكومة فى نفس السنة ، غرفة الصحافة التى تضافرت مع اتحاد صحافة الرايخ الألماني ، فى تنظيم تعاون الصحافة مع الدولة ، وتضامن المشتغلين بهذه المهنة ، ووضعت الصحافة كلها فى إطار النازية . وصدر قانون للصحافة فى ١٤ أكتوبر سنة ١٩٣٣ يحدد مهام الصحفيين وواجباتهم ، وشروط اشتغالهم بمهنتهم ونظام المهنة التأديبى ، وبهذا المشروع أضحت الصحافة وظيفة عامة ، ومرفقا عاما ، تشرف عليه وزارة الدعاية ، وهذه الوزارة ، هي التى تغذي الصحف بالمعلومات ، والتوجيهات وتقتضيها التعليق على مجريات الأمور ، على النحو الذي تريده .

وكذلك ألقت النازية بقبضتها على السينما . وبمجرد وصول هتلر إلى الحكم امتلك الحزب النازى دور صناعة السينما الكبرى ، وكانت أربعة ، وأخضع لسيطرته التامة صناعة الأفلام بنسبة ٨٠ ٪ ، وعنى بتنظيم هذه الصناعة ، فأنشأ غرفة للأفلام ، وجعلها منظمة حكومية تضم كل المشتغلين بالانتاج والتوزيع ، وكل من تربطهم علاقة بالسينما ، وقد جندوا مواهبهم فى خدمة الدولة ، وأنشىء بنك لتمويل صناعة السينما ، ومدها بالاعانات أو السلف . وصدر قانون فى ١٦ فبراير سنة ١٩٣٤ لوقاية الفيلم والانتاج السينمائى من التيارات المضادة . واستعملت السينما فى الترويج للنظريات

النازية ، وكانت الغرفة المشار إليها تباشر الانتاج بنفسها ، أو بواسطة المكتب الثقافى التابع لها وذلك لاعطاء الشعب الألماني معلومات من ينبوع واحد ، والتأثير علي عواطفه بمؤثر واحد ، وعنيت السينما أكبر عناية بابراز عظمة ألمانيا ومجدها وجمالها ، والتدليل على تفوق الدم الآرى على غيره ، وعنيت السينما أيضا بالأخبار ، فكانت الجريدة تنشر حوادث الأسبوع ، وتوزع على دور السينما بنظام محكم ، واستخدمت الأفلام الكبيرة فى الدعاية النازية المثيرة .

وفى أول عهدهم بهذه الدعاية ، أخرجت أفلام تشيد بالنازية ، وتخلد ضحايا الحزب النازى ، ولكن الدعاية فيها كانت فاقعة ، فاستقبلها الناس بشيء من الفتور ، وكانت وزارة الدعاية من اليقظة بحيث بادرت بالتغلب على هذا الفتور ، وراحت توجه المشتغلين بالسينما إلي إخراج أفلام فنية ، رائعة ، يشترك فيها كبار الممثلين ، بشرط ألا تكون الدعاية مكشوفة .

وعلى الرغم من هذه الجهود الجبارة لم تؤد السينما رسالتها النازية علي النحو الذى أدته وسائل الدعاية الأخرى .

واستعانت النازية بالراديو ، فبعد وصول هتلر إلى الحكم ، أمم الراديو الألماني ، وزج برجال الاذاعة السابقين في غياهب السجون ، وعين « أوجين هادموفسكي » ، مديرا للاذاعة اللاسلكية ، وكانوا يلقبونه بفوهرر الاذاعة . وقد وضعت

الاذاعة تحت رقابة الحزب النازى مباشرة ، وكان يراقب اتحاد المؤلفين ، وكذا الاستماع للاذاعة فى المدارس ، وفى الأمكنة العامة .

واتخذت إجراءات مشددة لضمان نجاح الاذاعة ، فأصبح الاستماع للراديو النازى واجبا وطنيا ، يستتبع الاخلال به توقيع أقسى العقوبات ، بما فيها الأشغال الشاقة المؤبدة في المعتقلات ، وركبت أجهزة الاستقبال ، فى دار كل مواطن ، وهذه الأجهزة كانت تصنع بالجملة ، وتباع بأثمان زهيده جدا ، وتقرر اعتبارها من الأموال التي لا يجوز الحجز عليها ، وأعفيت من الضريبة . وأنشأت ألمانيا النازية محطات إذاعة قوية جدا ، وبها استطاع الحزب النازى أن يغذى التفكير الألماني بمبادئه ، ووصلت دعايته إلى الألمان المنتشرين في سائر أنحاء المعمورة .

وكانت لهذه الدعاية أهداف واضحة ، فى الداخل أرادت الاذاعة اللاسلكية أن تحقق الوحدة الروحية بين مختلف عناصر الشعب الألماني ، وأن تمكن للنازية من القلوب ، والأفهام ، ونجحت فى خلق جو ملائم لمختلف ألوان الدعاية وأساليبها ، وقد خصصوا جانبا كبيرا من براج الاذاعة للموسيقى العسكرية وموسيقى « فاجنر » والأناشيد الحماسية ، ولاذاعة مقطوعات من الأدب الألماني الرفيع . وكانت الاذاعة دائما وباستمرار تذكر أبناء ألمانيا بأنهم انحدروا من

أقوى وأطيب أرومة ، وأنهم شعب قوى عريق ، أعدته العناية لقيادة غيره من الشعوب ، وعلى الألماني أن يتخلق بكل الصفات الجديرة بهذه الرسالة . وكذلك كانت الاذاعة النازية تعني بنشر المحاضرات السياسية التى تخلق بها صلة روحية بين الشعب وحكومته ، وكانت خطب زعماء الحزب النازى تدور حول هذا المعنى .

وأما بالنسبة للخارج ، فكان عمل الاذاعة على جانب كبير من الأهمية ، فخصصت براج للألمان المقيمين خارج بلادهم ، ولجميع أولئك الذين ينتسبون إلى الجنس الآري ، وتلك البرامج كانت تستثيرهم للكفاح في سبيل ألمانيا وعظمتها ، وتوجههم وتطلب منهم أن يكونوا جنود الرايخ الكبير . وكان الراديو الألماني أداة الاتصال بين هؤلاء الألمان ، وبين وطنهم ، وكذلك كانت موجات الاذاعة الألمانية سفارات للشعب الألماني ، لدى مختلف شعـــوب الأرض ، فينشر المبادىء والآراء ، التى تلائم سياسة الرايخ ، وتهيىء الأذهان للهجمات السياسية والعسكرية التى شنتها ألمانيا على بعض البلاد ، وقام الراديو الألمانى بحرب سيكولوجية جبارة ، واستثار فيها الأقليات الموالية للنازية ، فاستطاع أن يجتاح النمسا وتشكسلوفاكيا وغيرهما .

* * *

احتكرت الدولة ، فى بلاد الحكم المطلق ، التي تقدم الكلام عنها ، جميع أدوات اتصال التفكير الانساني ، وفى مقدمتها الصحافة والسينما والاذاعة . ولم تكتف بذلك ، فأرادت أن تهيمن على الضمائر والأرواح هيمنة تامة .

في إيطاليا ، أنشأت الفاشية دار الأوبرا الوطنية المسماة Opera Nazionale Dopolavoro فى سنة ١٩٢٥ ، وذلك لشغل أوقات فراغ الطبقة العاملة فى تسلية تثقيفية ، تصرفهم عن اعتناق المبادىء المضادة للحكومة ، وتحبب إليهم النظام الفاشستي وكان هذا النظام أسلوبا من أساليب الدعاية السياسية أكثر منه وسيلة لرفع مستوى الثقافة ، وأريد به إيقاظ وطنية الشعب الايطالى وتقريب الطبقة العاملة من الطبقات الأخرى ، واحياء مجد إيطاليا القديم ، وقد مثلت عدة مسرحيات وطافت الفرق التمثيلية بأنحاء البلاد ، وكانت تمثيلياتها متقنة الاخراج بحيث حققت نتائج لا بأس بها ، وكذلك نظمت رحلات تثقيفية للعمال ليقفوا على إصلاحات النظام الجديد والثمار العاجلة التى استطاع أن يأتى بها . وهذا اللون من التثقيف كان واضح الأهداف ، وكان عميق الأثر .

وقد رأى موسولينى أن يفرض رقابة فاشية على المدارس والجامعات بطريقة تدريجية ، فطبعت كتب مدرسية جديدة ، بمقتضى قرار صدر من مجلس الوزاره فى فبراير سنة ١٩٢٨ ، وجاء فيه أن المراد بهذه الكتب الجديدة هو جعل الثقافة

المدرسية متمشية مع تاريخ إيطاليا وأمانيها السياسية والاقتصادية ، وقد جند رجال التعليم تقريبا ، وصدر قانون إيطالى فى سنة ١٩٢٥ خول الحكومة الحق فى فصل أى موظف ، أيا كانت وظيفته ، إذا تبين أنه يردد آراء تخالف النظام الفاشي ، حتي ولو قام بذلك خارج أعمال وظيفته ، ومنذ سنة ١٩٣٠ أصبح محظورا على أي رجل أو امرأة الاشتغال بالتعليم إلا إذا كان عضوا فى الحزب الفاشستى ، وحتي أساتذة الجامعات لبسوا القميص الأسود ، وفي المدة من سنة ١٩٢٧ إلى سنة ١٩٣٠ أنشىء الاتحاد الفاشستى لأساتذة الجامعات ، وجعلوا من بين أغراضه القضاء على كل معارضة للنظام الفاشستى ، وقد رفض بعض أساتذة الجامعات الانضمام إلى الاتحاد المذكور ، فشدد عليهم النكير بما فرضته الفاشية من رقابة أو وجهته إليهم من تهم وإهانات جعلت الحياة بالنسبة لهم عبئا لايطاق وفى أغسطس سنة ١٩٣١ صدر قانون يقضى على كل أستاذ جامعى بأن يقسم يمين الطاعة والولاء للنظام الفاشستى ، وهكذا اختفت حرية التعليم ، وأضحت المدرسة أو الجامعة فى خدمة الدولة .

وقد كتبت جريدة « تريبونا » **Tribuna** مقالا فى ٢ ديسمبر سنة ١٩٣٢ ذكرت فيه أن الأساتذة لايستطيعون أن يعلموا كل ما يطيب لهم أن يعلموه ، وأنه فى نظام لا يسمح للمنتجين فى ميادين الاقتصاد ، بأن يشتغلوا ، حسب هواهم

ومن غير ضابط ، يكون من العبث البين أن تطلق الحرية في التعليم وهو أكثر اتصالا بالنظام العام . وقالت الصحيفة المذكورة أن الوقت قد حان للتخلص من الفردية العلمية الأكاديمية التى كانت فى الماضي مبعث غرور الأساتذة ، أكثر مما كانت فى خدمة العلم .

وفيما عدا المدرسة ، امتد نشاط الدولة ، وهي بصدد نشر الثقافة الفاشية فأنشأت منظمة لتربية الشبيبة فى سنة ١٩٢٦ ، لتقوم هذه المنظمة بتكوين العقائد والضمائر وتربية الروح تربية فاشية واعداد جيل جديد ممن ترتوى قلوبهم بالمبادىء الجديدة . وهذه المنظمة التأمت الشباب الفاشستى وتعهدت أبناء إيطاليا فيما بين السادسة والثامنة ، كما تعهدت فى شعبة أخرى الفتيان فيما بين الثامنة والرابعة عشر ، كما أعدت شعبة ثالثة للناشئين بين الثامنة عشر والحادية والعشرين ، وحينما يتخرجون منها يتسلمهم الحزب الفاشستى كأعضاء فى شعبه المختلفة ، وهذا التدرج بعينه استخدم فى تنشئة الفتيات ، وبلغ عدد أبناء هذه المنظمة الضخمة مجتمعين فى سنة ١٩٣٦ خمسة ملايين من الأطفال والغلمان ، وهؤلاء كانوا بملابسهم وطوابيرهم ، يعيدون ذكرى الجيش الرومانى القديم ، وتألفت منهم الميليشيا ، بقيادة شبان من رجال الجيش الذين تخرجوا من الأكاديمية الفاشستية .

وكان الغرض الحقيقي من هذا التنظيم ، هو اعداد جيل

عسكري ، يستطيع أن يحقق أطماع إيطاليا الفاشستية السياسية ، وفى سبيل هذا الغرض ، عنيت المنظمة بالتربية الرياضية والشبه عسكرية عناية كبيرة طبقا لبرنامج وضعه وتعهد بتنفيذه وزير الحربية ، وأطلق على هؤلاء اسم «البليلا» وزودوا بأسلحة خشبية للتدريب ، وكانوا يعلمونهم التاريخ على الطريقة الفاشستية ، ويشرحون لهم نظام الحكم السياسى ، وكيف يتكون دولاب الحكومة الفاشستية ، ويلهبون فى صدورهم حب الوطن ، وينشئونهم على الطاعة العمياء للرؤساء ، وكانت كلمة الدوتشى التى تدق صماخ آذانهم صباح مساء هى « آمنوا ، وأطيعوا ، وقاتلوا ، واعلموا أن موسولينى مصيب دائما » .

ومنذ شهر مارس سنة ١٩٣٥ افتتحوا برامج دراسة سياسية ، فى سائر فروع الحزب فى الأقاليم ، وكان كل فصل يتألف من مائة طالب ، تتراوح أعمارهم بين الثالثة والعشرين والثامنة والعشرين وكانوا يختارونهم من بين الذين أثبتوا أنهم آمنوا بالفاشية أشد الايمان ، كما أنهم كانوا قد أسسوا فى سنة ١٩٢٠ « المعهد الوطنى للتربية الفاشستية » ودعم هذا المعهد فى سنة ١٩٣٩ ، وكانت مهمته تثقيف الشباب الايطالى بثقافة فاشستية عالية وعميقة لتخريج معلمين ، يتولون تربية الجيل الذى يليهم .

ولم يكن موسولينى مبتكرا فى كل هذا ، فقد سبقه لينين،

وكان من رأى لينين أن الثقافة والتربية الأدبية والفنية والعلمية أسلحة لا يستغني عنها فى سبيل نصرة البلوريتاريا . ولكن فى بداية الحكم الشيوعى تركت قوميسيرية المعارف العمومية للمدارس حرية نسبية ، ثم ما لبثت أن قضت على هذه الحرية وأنشأت معهد لينين ، ليكون أكاديمية بلشفية ، ووضعوا برنامج خمس سنوات،من سنة ١٩٢٧ إلى سنة١٩٣٢ لبلشفة التعليم ، وحاولوا بنشر مؤلفات «مكسيم جوركى» أن يلائموا بين الحكم الشيوعى ، وبين العقل المستنير ، فأنشأوا اتحادا سموه «اتحاد الكتاب السوفييت» وهذا الاتحاد احتكر الأدب الروسى ، وكذلك حلت الاكاديمية الشيوعية ، محل أكاديمية العلوم، وقامت روسيا بحملة تطهير شديدة فى الاكاديميات والجامعات والتعليم بوجه عام في سنة ١٩٣٤ ، وفى السنوات التى تلت الحرب العالمية الثانية عقدت المحاكمة التى قضت بالموت على كثيرين من رجال التعليم الذين وجهت إليهم تهم التآمر على الشيوعية ، وطعنها من الخلف أثناء الحرب ، ولم يترددوا فى التضحية بأناس كانوا يعدون من بناة العهد السوفييتى .

وفيما عدا التربية والتعليم ، حرصت الشيوعية على طبع كل شىء بطابعها ، ففى أول عهـــدها ، كانت عربات الترام فى موسكو ، تحمل اللافتات التى نقشوا عليها كلمات الشيوعية ورموزها وصورها ، وجندت روسيا جميع الفنانين فى خدمة الشيوعية والترويج لها ، فاشتغل الرسامون والنحاتون وغيرهم

فى هذا الميدان ، وأقل تردد من جانب الفنان ، فى أداء ما يطلب منه على أحسن وجه ، كانت عقوبته الاعدام . وقد ضاعفوا عدد المتاحف والمعارض التى انتشرت فى الاتحاد السوفيتي ، ليخلدوا فيها أيام الثورة والرجال الذين حملوا رايتها ، ونظموا رحلات لزيارة المتاحف والمعارض وهذه الرحلات كانت للتلاميذ وللعمال ولرجال الجيش ، وكانت دروسا تلقى عليهم فى الأماكن التى يغشونها .

ونجح المسرح السوفيتى نجاحا ملحوظا ، بسبب طبيعة الشعب الروسى وحبه للمسرح عموما ، وقد أنشأوا عددا كبيرا من دور التمثيل فى المدن والقرى وأعدوا مسارح متنقلة ، وكانت بعض المسرحيات قطعا من الفن الروسى الكلاسيكي من وضع « جوجول » و « اوستروفيسكي » و « جوركى » و « تشيكوف » ، والبعض الآخر مؤلفات أجنبية حوروها دون مراعاة للنص الأصلى ، حتى جعلوها ملائمة للفكرة الشيوعية ومنها قطع لشكسبير وأخرى لموليير. وقد ابتكرت روسيا السوفيتية « المسرح العائم » الذى أسسته اللجنة التنفيذية بموسكو ليطوف بأرجاء الاتحاد السوفيتي من الشمال إلى الجنوب ، وكانت تلك الفرق التمثيلية تسافر بطريق الملاحة النهرية ، وتقف الباخرة فى بعض المحطات حيث تمثل رواياتها التى يشاهدها عدد كبير من الفلاحين أو العمال ، وقبل كل تمثيلية كانت تلقى محاضرة

تدعو للحكومة أو للمبادىء الثورية ، ثم تتخلل التمثيل دعابات فيها سخرية لاذعة بأعداء النظام السوفيتي ، وقبل أن تبرح الفرقة مكانها توزع على النظارة عددا من المطبوعات ، وكان الجمهور يستكتب الممثلين توقيعاتهم التذكارية على تلك المطبوعات .

وفي الدعاية المدرسية لم يكتف القائمون بها بالتبشير بالنظرية الماركسية ، بل كانوا يعلمون النشء دراسات عميقة مشربة بهذه النظرية ويلائمون في هذه الدراسات بين الجانبين العلمي والعملي ، وكان المدرسون والأساتذة أعضاء في الحزب الشيوعي ولكنهم كانوا يتمتعون بثقافة واسعة ومادة غزيرة جدا ولم تكن دروسهم ألوانا من التهريج ، وهذا مما أضفى على دعايتهم لونا علميا وجعلها مقبولة في بيئاتهم العلمية .

وتقوم السياسة التعليمية في روسيا على أساس النظرية الماركسية القائلة إن المدرسة لا تخرج فقط رجلا مثقفا وعالما بل إن هذا المثقف المستنير يجب أن يكون رجلا فنيا قادرا على التطبيق العملي ، وما دام أن الهدف النهائي للشيوعية ، فيما تدعيه ، هو إسعاد البشرية جمعاء ، فإن غرضها المباشر هو مضاعفة الانتاج وعلى ذلك يجب على الطالب أن يعرف مصيره وهو في مرحلة الدرس ، وأن يؤمن بأنه سيشتغل للمجموع ،

والمدرسة السوفييتية هى مدرسة العمل ، وفيها يلتقى العمل اليدوى بالنظريات العلمية ، فالعلم يكمل المصنع أو الحقل .

ويبدأ هذا التوجيه ، من أول مراحل التعليم ، أي من رياض الأطفال ، حيث يعلمون الأطفال حكم ونظريات القادة السوفييت ويعلمونهم التاريخ بأسلوب يكشف بجلاء عن الصراع الأبدي بين طبقات المجتمع ، ثم يدرسون لهم تاريخ الثورات بدء بالثورة الفرنسية فى سنة ١٧٨٩ ، والثورة الروسية ضد حكم القيصر ، وتاريخ لينين وما قام به فى الانقلاب الشيوعى ومنذ سنة ١٩٣٦ غيروا الكتب المدرسية وأضافوا إلى دروس التاريخ بأمر من ستالين فصولا ، تخلد بطرس الأكبر والقياصرة العظام ، وذلك بقصد توجيه الناشئة نحو سياسة روسية استعمارية تطلب ملكا عريضا وامبراطورية كبرى .

وكلما انتقل التلميذ إلى مرحلة أعلى ، كلما زادت حصيلته من تلك المعلومات ، ثم إنه يكملها بما يتلقاه خارج المدرسة فى الأنديه وفى غيرها إلى أن يصل إلى سن معينة ويصير عضوا فى الحزب الشيوعى . وقد أنشأوا منظمة اسمها « الكوموسول » وهذه كانت تضم الشبيبة ، وتستخدم فى التأثير على الرأى العام ، وفى تدبير المظاهرات المؤيدة للحكومة ، وفى مكافحة الأمية .

ووضعت روسيا السوفييتية مادة سمتها « الأجرومية السياسية » وهى دروس فى المثالية الشيوعية يعلمونها فى المدارس، وفى الصالات وفى الطرق العامة لتركيز مبادىء لينين فى الصدور ومن بين دروس هذه المادة تاريخ الحزب الشيوعى ورسالة روسيا الحمراء ويكملون هذه الدراسة بدروس عالية نظرية وعمليه لتكوين وتربية الدعاة ورؤساء وقادة الشيوعية وهذه الدراسة العالية تلقى فى الجامعات والأكاديميات ويتخصص فيها الصفوة الممتازة من الناشئين .

وإذا كان النظام السوفييتى في تسلطه على التعليم ، قد تردد فى أول أمره ، وإذا كانت إيطاليا الفاشستية قد تركت قدرا ضئيلا من حرية التعليم فى بعض الأحيان ، فان ألمانيا النازية قد طبقت سياسة كاسحة ، لا تعرف تردداً ولا تقبل حلولا نصفية ، فالشعب لم يكن يفكر قط ، أو يتدبر فيما يفكر فيه ، إلا بوحي من زعيمه ، وفى نطاق ما يرضى الزعيم . ومن أجل ذلك استطاعت النازية فى سهولة ويسر أن تستبعد من برامج التعليم ، الثقافة القديمة وأن تحل محلها ثقافة مشربة بالمثالية النازية ، وأن تربى الفكر وتوجهه بهدى هذه النازية.

أما عن استبعاد الثقافة القديمة ، فتلك خطة نفذها الحزب النازى حال وصوله إلى الحكم دون أن يلقى معارضة أو مقاومة ذلك أنه أقصى معارضيه كما أقصى اليهود عن جميع المؤسسات الثقافية وألقى القبض عليهم وأرسلهم إلى المعتقلات ، وصادر

وقضى بالاعدام على جميع المؤلفات التى لا تلائم النظام الجديد وتلك التى لا توافق مزاج الشعب الألمانى ، وفى يوم ١٠ مايو سنة ١٩٣٣ ، وضعوا فى ميدان الأوبرا ببرلين وهو الميدان المواجه للجامعة ، أكثر من خمسة وعشرين ألف كتاب ، قيل عنها أنها مؤلفات الماركسية واليهود ومؤلفات دعاة التردد والهزيمة ، وأوقدوا النيران فى هذا العدد الضخم من الكتب ، وفى نفس الوقت نفذ هـذا الفعل فى الميادين الرئيسية بسائر مدن ألمانيا وكان الشعب يرقص طربا لهذه الحرائق المشهورة واستطاعت النازية أن تطهر المكتبة الألمانية تطهيراً تاما . وحلت محل هذه الكتب مؤلفات جديدة ورسائل علميـــة تتمشى مع سياسة العهد الجديد . ونحا الأدب الألمانى ، منحى عالميا ، إذ حاول حملة الأقلام أن يلقوا فى روع الانسانية جمعاء أن ألمانيا هى مصدر الحكمة والفلسفة والانتاج العلمى ، وأن العناية الالهية قد هيأتها لتقود ركب الحضارة ، واستخدموا الفن فى إبراز تفوق الجنس الآرى على غيره ، وعلى كل ظهر فن جديد يمجد القوة ، ويبشر بالمذهب السياسى الذى جاءت به النازية ويترجم مثلها الأعلى فى صور وتماثيل ناطقة ، والدولة باعتبارها المشرف الأعلى على الفنانين ، قد أقصت من حظيرة الفن اليهود وغيرهم من العناصر الذين لا تجرى فى عروقهم دماء ألمانية نقية .

وكان أدولف هتلر ممن يعشقون فن العمارة بوجه خاص ،

وقد حرص على إيجاد فن معمارى ، يعبر عن عظمة ألمانيا ، وتجلى ذلك فى المنشآت الجديدة التى شيدت ومنها الاستاد الأولمبي فى برلين ، والبيت الرمادى فى ميونيخ ، ونحتوا تماثيل النسور الهائلة ، وعلقوها على واجهات الأبنية الحكومية ، ومنشآت الحزب النازى . وتبارى المصورون ، فى ابراز المعانى التى تدعوا إليها النازية كتصوير الأسرة الألمانية المثالية وهى تلك الأسرة التى لا ينبغي أن يقل عدد أطفالها عن أربعة ، وقد كان هتلر من الداعين والعاملين لزيادة النسل . واشتغلت الموسيقى بالفكره الألمانية الجديدة ، ووضعت مقطوعات معبرة عن بطولة الرجل الألمانى ، وشاعت موسيقى « فاجنر » ، وكانت الأناشيد العسكرية تتردد صباح مساء فى الطرق ومن أجهزة الاذاعة ، وكان الشعب كله يغرد تلك الأناشيد ، ويستعذب القطع الموسيقية التى تذكره بعظمة ألمانيا ، بل كانت الموسيقى النازية تطرق الآذان لتصل إلى أعماق القلوب وتستقر فيها ، فتجيش هذه القلوب بما ترجوه النازية من شعب ألمانيا . وقام المسرح بنصيبه فى مضمار الدعاية ، على خير الوجوه ، وكانت هناك مسارح متنقلة ، تمثل فى الهواء الطلق ، وتتسع لأكبر عدد ممكن من الناس .

وعنيت النازية بتربية الناشئين على مبادئها ، وتهيئتهم لتوحيد ألمانيا وبناء الوطن الألمانى الكبير ، ومما هو جدير

بالذكر أن أولئك الناشئين ، كانوا قبل وصول هتلر إلى الحكم ، قد ضاقوا ذرعا بديموقراطية فيمار ، وكانوا يتطلعون إلى زعيم يتعشقونه ، ويضحون فى سبيل مبادىء جديدة ينادى بها ، ولذلك تعصب هؤلاء لهتلر وحزبه ، إلى حد ليس له مثيل فى تاريخ أى شعب أوروبى ، وحاول هتلر أن يصنع من هـذه العجينة السهلة جيشاً ألمانيا جباراً يغزوا به العالم كله ، وهذا الجيش كان يمتاز بالطاعة العمياء لشخص الزعيم ، ومن المبادىء التى نادت بها النازية ، أن الدولة هى التى تربى الطفل ، والدولة لا تسمح للديانات أو المبادىء الأخرى بمنافستها فى ذلك وقد نيطت تربية الجيـل الجديد بوزارة « العلوم والمعارف الوطنية » ، وهى وزارة ألحقت بوزارة الدعاية ، واحتكرت مرفق التعليم . وأنشأت مدارس شعبية ألمانية يلتحق بها الصغار فيما بين سن الثالثة والرابعة عشرة ، وفى هذه المدارس لم يعنوا بحشد رؤوس التلاميذ بالمعلومات بقدر ما عنوا بتربية الأجسام وتربية الخلق وتنشئة جنـود ومواطنين صالحين ، فلم يعد العلم أكثر من وسيلة تخدم أغراض الدولة وأمانى الوطن ، حتى وإن خرج العلم عن مقتضيات الحياد ، والأبحاث العلمية ، أضحت مسخرة لتحقيق براج الغزو الألمانى ، فدروس التاريخ ، وإن حرفت أو زودت ، أريد بها إذكاء نيران الوطنيـة فى الصدور ، ودروس عـلم النفس قد استخدمت فى شرح الأجناس

والفصائل البشرية للتدليل على امتيـــاز العنصر الجرمانى ، وهكذا . وطبيعى أن يقوم بالتعليم رجال ، تأصلت العقيدة النازية فى قلوبهم ، ولذلك اشترط فى المعلمين أن يكونوا أعضاء فى الحزب الاشتراكى الوطـــنى ، وأعدت فصول خاصة لتخريج أساتذة نازيين ، وهؤلاء كانت تلقى عليهم دروس خاصة يؤدون فيها امتحانات دقيقة وكانوا يربون فى الوقت نفسه تربية رياضـية وعسكرية ويزودون بمختلف الأسلحة التى تمكنهم من أداء رسالتهم فى التعليم على النمط الجديد .

وفى مرحلة التعليم العالى كانت قبضة النازية أشد ماتكون وقد صدر قانون ينظم الشبيبة الهتلرية فى أول ديسمبر سنة ١٩٣٦ ، ونص فيه على ما يأتى :

« يجب على شباب ألمـانيا ، أن يلتحقوا خارج البيت والمدرسة بمنظمة الشبيبة الهتلرية التى تزودهم بالتربية الرياضية والعلمية والأخلاقية على مبادىء الاشتراكية الوطنيـة وتعدهم لخدمة الشعب وللانخراط فى الكتلة الشعبية » .

وكان الالتحاق بهذه المنظمة إجباريا بالنسبة لجميع أبناء ألمـانيا الذكور إلى سن العاشرة ، وبالنسبة لجميع الفتيات إلى سن الحادية والعشرين ، وفى سن العاشرة ينتقل الطفل الألمانى إلى منظمة الشبيبة الألمانية الشعبية ويقضى بها أربع سنوات ، ثم ينتقل إلى منظمة الشبيبة الهتلرية الدائمة من سن الرابعة عشرة

إلى سن الثامنة عشرة ، وفى هذه السن يلتحق بالجيش ، وأما الفتاة فانها فى سن العاشرة كانت تلتحق برابطة الفتيات وتقضى بها أربع سنوات ثم تنتقل إلى رابطة أخرى وتقضى أربع سنوات . وفوق ذلك كان على الشبان فى سن الثامنة عشرة والفتيات فى سن الحادية والعشرين قضاء ستة أشهر من السنة فى معسكر العمل . وهكذا استطاعت ألمانيا النازية أن تربى أجسام وعقول أبنائها وأن تخرج شبابا صنعته فى معملها ، وظهرت فائدة هذه التربيـــة في تلك المقاومة التي تجلت بها فى سـنة ١٩٤٥ ، والتى سجلت فى تاريخ البطولة والمقاومة الوطنية صفحات لا مثيل لها فى تاريخ أى شعب من شعوب الأرض .

وأما التخصص فى العلوم السياسية فكان مجاله التعليم العالى الذى أرسى على قواعد جديدة ، وصمم على نحو يكفل قيام الرايخ الثالث الذى تخيله هتلر فى كتابه « كفاحى » .



وهكذا استطاعت كل دولة من دول الحكم المطلق الثلاث التى تكلمنا عنها أن تحتكر الدعاية وتسخرها فى خدمة أغراضها السياسية وما كان فى مقدور واحدة من تلك الدول أن تصل إلى ضالتها لولا التنظيم المحكم الدقيق وميكانيكا الدعاية المهذبة . وقد كان هناك تفاوت فى الطبيعة القانونية لأنظمة

الدعاية فى تلك البلاد ، فنى إيطاليا الفاشستية ، وفى ألمانيا النازية ، وفى روسيا البلشفية ، كانت أجهزة الدعاية على نوعين ، نوع يديره الحزب ونوع آخر تديره الدولة ، وكان هناك تباين فى علاقة كل نوع بالآخر . فنى إيطاليا ، كان نظام الحزب الفاشستى شيئا آخر غير الدولة ذلك لأن إيطاليا بقيت ملكية وراثية ، واحتكرت الدولة الدعاية فكانت هى التى توجه الفكر وتقاوم الدعاية المضادة ، وأما الحزب الوطنى الفاشستى فلم تكن دعايته إلا شيئا ثانويا ولم تكن له أجهزة ذات شخصية متميزة عن أجهزة الدعاية الحكومية ، ومسألة تربية الشبيبة مثلا ، كانت تباشرها الحكومة لا الحزب الفاشستى وهذا بغض النظر عن كون الحكومة قد وجهت الدعاية لصالح الفاشية وعلى مبادئها .

وكان الأمر على عكس ذلك فى ألمانيا النازية ، إذ كانت للحزب النازى شخصية متميزة عن شخصية الدولة ، فكانت الدولة والحزب قوتين تعملان جنبا إلى جنب ولكل منهما أجهزته فى الدعاية ، وهذا لا يمنع من التقائهما فى هدف واحد واشتراكهما فى بعض الأجهزة والنظم والموظفين ، وإنما كانت تصدر دعايات عن الحكومة وأخرى عن الحزب طبقا للظروف والمناسبات .

وفى روسيا السوفييتية ، جعلوا الدولة تابعة للحزب ، بعكس النظام الايطالى ، فالحزب هو الذى يحمل رسالة توحيد

الشعب تحت ظل مبادىء ستالين ، وأجهزة الدعاية هي أجهزة الحزب ولا توجد إدارة حكومية بحتة تقوم بالدعاية ، اللهم إلا الدعاية الخارجية التي تؤديها الدولة بواسطة هيآتها التمثيلية تحت ستار الاستعلامات ، ومع ذلك فالحزب هو صاحب اليد العليا .

ويهمنا أن نزيد هذه المسألة تفصيلا لنبين الفوارق ، بين الأنظمة التي ذكرناها .

في إيطاليا ، كانت الدعاية الفاشستية وظيفة رئيسية وعملا قانونيا تباشره إدارات الدولة ، فوزارة التربية الوطنية كانت تسهر على تربية النشء تربيــة مثالية على النحو الذي أراده موسوليني ، ثم مالبثوا أن أنشأوا مرفق الدعاية هناك وابتدأ هذا المرفق بتركيز الدعاية في مكتب صحافة ، أنشىء سنة ١٩٣٤ وأشرف عليه بل كان رئيسه الأعلى هو رئيس الحكومة ، السنيور موسوليني ، ولم تنشىء إيطاليا هـذا المكتب إلا على سبيل التقليد لألمانيا النازية التي أنشأت وزارة الدعاية ، وفي المدة من سنة ١٩٣٥ إلى سنة ١٩٣٧ حولوا مكتب الصحافة المذكور إلى وزارة « الثقافة الشعبية » وقد أسندت هذه الوزارة مدة طويلة للكونت « شيانو » ، زوج كريمة موسوليني ، وكانت هـذه الوزارة مقسمة إلى سبع إدارات فنيــة ، وهي الادارة العامة للصحافة الايطالية ، والادارة العامة للصحافة الأجنبية ، والادارة العامة للدعاية ،

والادارة العامة للسينما ، والادارة العامة للمسرح ، والادارة العامة للسياحة ، والادارة العامة للراديو والتلفزيون ، وهذا التقسيم بعينه كان مقتبسا من ألمانيا النازية .

وإلى جانب هذا الجهاز الحكومى ألحقت به بعض منظمات خاصة ، أو شبه رسمية ، وهذه المنظمات قد أشير إليها فى « ميثاق العمل » ، وقد نص برنامج الحزب الوطنى الفاشستى الذى تأسس فى سنة ١٩١٩ على واجباته ومن بينها أن يبين للشعب الايطالى واجباته الجديدة ومسئولياته الجديدة ، على ضوء التطورات السياسية ، وصار هذا الحزب هو الحزب الواحد فى إيطاليا فى سنة ١٩٢٦ ، وصدر قانون فى ٩ ديسمبر سنة ١٩٢٨ عين مهمته الرسمية وهى :

« التقريب بين الدولة وبين الشعب بحيث تمتزج الدولة بالشعب والعناية إلى أقصى حد بحياة الشعب الاقتصادية والروحية ، بحيث يكون الحزب واسطة الشعب وترجمانه الذى يعبر عن مشاعره وعن حاجاته » .

وكان الحزب يباشر مهمته بوساطة لجانه الفرعية ولجانه فى الأقاليم وبوساطة مكاتبه الرئيسية للصحافة والدعاية وهى تلك المكاتب التى كان يشرف عليها سكرتير عام الحزب .

وتلك الدعاية الحزبية ، كانت تتم باتفاق مع سلطات الدولة الرسمية وطبقا لتوجيهاتها ، بحيث تكون منسجمة مع سياسة الحكومة .

اما النظام الشيوعى فهو أكثر تعقيداً ، وليس من السهل على أى باحث أن يحيط به إحاطة حقيقية ، إذ أن روسيا السوفييتية تباشر دعايتها فى طى الكتمان ولا يعرف عن ميكانيكا هذه الدعاية إلا النذر اليسير . والذى أمكن معرفته، هو أن الحزب الشيوعي يعتبر قانونا صاحب اليد العليا على الدولة وهو الذى يهيمن على نشاطها هيمنة تامة ، وما الدولة بالنسبة للحزب إلا كواجهة البناء والسلطة العليا فى النظام السوفيتي مركزه فى المكتب السياسى للحزب ، هذا المكتب الذى يدير الحزب الشيوعى كما يدير مجلس الوزراء وما الوزراء إلا قادة الحزب الشيوعى ، وعلى ذلك فالحزب نفسه هو الذى يدير الدعاية السوفييتية .

وهذا التصميم من وضع لينين ، فهو الذي نادى قبل الثورة الروسية ببضع سنين بأن مهمة الحزب الرئيسية هى القبض على زمام السلطة ، وبعدئذ إرساء دعائم الدكتاتورية الشعبية على أسس بعيدة الغور ، وقيام الصفوة الممتازة بتطبيق ما جاء فى إنجيل كارل ماركس . وقد نص فى المادة ٦٠ من دستور الحزب على أنه يقوم بتعبئة الكتل الشعبية فى المصانع وفى غيرها وإثارة الشعب ، وأن الحزب هو الذى يدير الدعاية كلها ، فيضع خططها ويغذى جهازها بالوقود ويربى رجال الدعاية ويسلطهم على مختلف طبقات الشعب ، وينظم فرق وطوابير المجاهدين الذين يلقى بهم فى جبهات القتال

للكفاح فى سبيل نصرة الدكتاتورية الشعبية وتلقيح المصنع والحقل بدم جديد . وأسست لجنة الحزب المركزية شعبتين لتربية الشعب وكل شعبة قسمت إلى عدة لجان ، وتلك الشعب واللجان هي التى نيط بها الاشراف على ما تستخدمه الدولة من أدوات ووسائل فى الدعاية ، ويشتغل بتلك الادارات والشعب والفروع فى الدعاية ما لايقل عن مليون ونصف من الدعاة ، وتعمل فروع الدعاية المختلفة منفردة ولكنها جميعا تتصل مباشرة بالرئاسة العليا للحزب ، وكانت تتصل بستالين بالذات بأجهزة وشرايين دقيقة ، ولما كانت الرياسة العليا هي المشرفة ، لم يبق محل لقيام وزارة للدعاية .

وتتغلغل أجهزة الدعاية فى فروع نشاط الدولة ، تحت الاشراف المباشر للحزب ، وهناك إدارة عامة للآداب والنشر ، وهي من بين أقسام وزارة المعارف العمومية وهذه الادارة تشرف على الانتاج الأدبى كله كما أنها تقوم بالرقابة الوقائية على المطبوعات ابتداءا من الصحف والمؤلفات إلى بطاقات الزيارة ، وعناوين الرسائل والخطابات ، ولهذه الادارة فروع فى مختلف البلاد ، ولوزارة الداخلية مندوب فى كل فرع من تلك الفروع ، كما أن لها مندوبا فى كل مطبعة ، بحيث لا تخرج ورقة من المطبعة إلا وعليها توقيع مندوب وزارة الداخلية وتوقيعات أخرى متعددة .

وفى سنة ١٩٢٤ حلت وكالة تاس للأنباء وهي وكالة

رسمية محل وكالة « روستا » واحتكرت وكالة تاس الأنباء الداخلية والخارجية التي يسمح بنشرها في روسيا كما احتكرت الأنباء التي تخرج من روسيا لتنشر خارجها ، وتخضع هذه الوكالة لرقابة مزدوجة من جانب وزارة الداخلية ومن جانب لجنة خاصة في إدارة الصحافة بقسم الدعاية التابع للجنة المركزية للحزب ، وهناك نشاط مكمل لعمل وكالة تاس ، وهو نشاط وكالة أخرى أنشئت أثناء الحرب العالمية الثانية وألحقت بمكتب الاستعلامات السوفيتي وهذه الوكالة تختص بالأنباء التي ترد من الخارج ، وتلك التي يسمح الاتحاد السوفيتي بنشرها في الخارج .

واستعانت الدعاية في الداخل بالخلايا العمالية ، التي زاد عددها على مائتي ألف خلية ، وهذه غزت صالات المحاضرات والمسرح والسينما ، وتعد ميكانيكا الدعاية السوفييتية ، من قبيل الأسرار .

ولكن أجهزة الدعاية النازية ، وكانت أكثر دقة وإحكاما ، تألفت من « غرفة الثقافة في الرايخ » « والحزب الاشتراكي الوطني الألماني » ، « ووزارة التربية الشعبية والدعاية » . ومن الناحية القانونية ، كان الحزب ، على قدم المساواة مع الدولة ، وشخص الفوهرر هو عنوان الوحدة بين الحزب والدولة ، وبين الدولة والشعب ، ونفس الرجال الذين عينوا في مناصب الدولة الخاصة بالدعاية ، هم رؤساء

أقسام الدعاية في الحزب ، وكان الدكتور جوبلز رئيس هؤلاء جميعا ، فهو وزير الدعاية ، ومدير عام قسم الدعاية فى الحزب النازي ، ورئيس غرفة الثقافة . ولذا أطلق عليه لقب « فوهرر الدعاية » ، وبهذه الطريقة نسق العمل بين عناصر الدعاية المختلفة .

وفى أول ديسمبر سنة ١٩٣٣ ، صدر قانون ألمانى ، ينظم الروابط بين الدولة والحزب النازى ، ونص فى هذا القانون على أن الدولة ترتكز على شخص « الفوهرر » ، وأن الحزب هو الذى يكفل وحدة الأمة ، ووحدة الدولة الألمانية ، وهو الموجه الروحى للشعب الألمانى . وعلى ذلك فالدعاية هى أخص ما يعنى به .

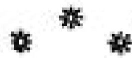
وفي ١٣ مارس سنة ١٩٣٣ ، أى بعد وصول الحزب النازى إلي الحكم باثنين وأربعين يوما صدر أمر من رئيس الرايخ بانشاء وزارة التربية الشعبية والدعاية ، وهي التى تولاها الدكتور جوبلز ، وصرح جوبلز بأن تلك الوزارة ، لاتتقيد بالنظام الادارى ، لأنها وزارة للشعب ، وستقضى على البيروقراطية ، وفى ٣٠ يونيو سنة ١٩٣٣ ، صدر ديكريتو « يعين اختصاص الوزارة المذكورة ، وهو اختصاص واسع يتناول كل ما من شأنه ، تربية الأمة الألمانية ، كما يتناول الدعاية فى الداخل ، وفى الخارج .

وكانت هذه الوزارة مقسمة إلى خمس عشرة إدارة ، منها

ثلاثة أقسام إدارية ، وهى : إدارة الميزانيـة ، والادارة القانونية ، وإدارة المستخدمين ، والأقسام الفنية الآتية : —

مصلحة الصحافة وتشمل : قسم الصحافة الألمانية ، وقسم الصحافة الأجنبية ، الادارة الأجنبية ، وهذه كانت تشترك مع المكتب السياسى للحزب ، فى أعمال الدعاية لألمانيا فى الخارج ، وقسم أنشىء فى سنة ١٩٣٤ ، واسمه « قسم الدفاع » ، وكان يقوم بدعاية مضادة لدعاية الأعداء ، وقسم السياحة ، وقسم الراديو ، وقسم الفيلم ، وأقسام للآداب وللفنون وللموسيقى ، وثمة قسم أخير يراقب جميع المهن العقلية والفنية ، من زاوية السياسة العنصرية .

وفيما عدا الأقسام المتقدمة ، كانت للوزارة المذكورة مكاتب أو مصالح أو اتحادات ، خارجها ، ولكنها كانت تابعة لها مباشرة .



استراتيجية الدعاية الدكتاتورية

أولا — فى إيطاليا الفاشستية :

لم تستخدم إيطاليا الفاشستية الأساليب الفنية ، فى دعايتها ، إلا بقدر محدود . فكان غرض موسولينى الأهم من هذه

الدعاية ، هو حمل الشعب الايطالي على قبـــول حكمه الدكتاتورى ، ولم تكن الفاشية ، على الرغم من مزاعم قادة ذلك الحزب ديناً أو عقيدة سياسية ، بل كانت مجرد لافتة ، تعبر عن نظام من أنظمة الحكم المطلق، ولم تتصل قط بالقلوب، وكانت غاية في السطحية . وعلى ذلك كان عمل الدعاية ، هو التقريب بين الطبقات الشعبية وبين الحكام ، وإقنـاع كل مواطن بأن له مصلحة حيوية فى استمرار حكم موسولينى ، ولأن الفاشية لم تكن نظرية سياسية ، أو عقيدة تبشر بهـا الدعاية ، لم تكن إيطاليا بحاجة للأساليب العلمية والفنيـة فى الدعاية ، فكانت استراتيجية الدعاية هناك عبارة عن إعلان مصطنع ، أو مهاترات مع خصومها ، أو حملات مسرحيـة وبهلوانية . وكان موسولينى صاحب عقلية سياسية جبارة ، ولكن حركاته المسرحية ، كانت تقتضى دعايته أن تضفي عليه، صباح مساء ، صفات البطولة والعبقرية ، وتصفه بالحكمة ورجاحة العقل، وأنه صاحب إرادة حديدية لاتفل ، وتدعو الشعب لطاعته وتبجيله. واهتمت هذه الدعاية المهرجة أكبر اهتمام بالمظاهرات الصاخبة ، وتكتيل الجموع الغفيرة فى مناسبات الحفلات المختلفة ، والذكريات السنوية ، والمؤتمرات ، والاستعراضات العسكرية ، وكان موسوليني يطل على الجماهير ، متقمصا روح قيصر ، ويلقى خطبه الرنانة، وتدق له طبول جوفاء ، وهو يبشر بملك عريض ، ومجـد

لا يفني ، فى صلف ، ومن غير تورع أو حياء . ومع ذلك أفادت هذه الدعاية ، فى مناسبات مشهورة ، كانت تحتفل بها إيطاليا الفاشستية ، كحصاد القمح ، وجنى الكروم ، وعصر النبيذ ، وفى الترويج للسياحة ، والمنتجات الايطاليــة ، كما أفادت إذ كان موسولينى يستعرض صفوف « البااليلا » ، أو المتطوعين للجنـدية ، ونجحت فى رفع معنوية الشعب والتأثير على خصومه فى الأزمات الكبرى ، ولا ننسى خطب موسولينى حينما حارب الحبشة فى سـنة ١٩٣٥ ، ووقف على فوهة مدفع كبير ، ينذر بالويل والثبور ، من يتحدى إيطاليا من أعضاء الجماعة الدولية ، وقامت مظاهرات بحرية للأسطول الايطالى ، وخطب موسولينى قائلا : إنه يريد أن يجعل البحر الأبيض المتوسط بحيرة رومانية ، وتلك المسرحيات رفعت معنوية الشعب ، إلى حد كبير ، وقام بمثل هذا ، لتبرير مساهمة إيطاليا فى الحرب الأهلية فى أسبانيا .

وأما الدعاية ، فى الخارج ، فقد تسلم زمامها ، الكونت شيانو ، ومن بعده « دينو الفيرى » ، وكانت حملات متصلة ضـد سياسة انجلترا وسياسة فرنسا الاستعمارية ، ووجهت هذه الدعاية إلى بلاد البحر الأبيض المتوسط ، ومنها مصر ، وبلاد أفريقيا الشمالية ، وفلسطين ، وكانت تبرز فى عبارات رنانة فضائح الاستعمار البريطانى والاستعمار الفرنسى ، ومن ناحيـة أخرى سلطت حرب الاذاعة اللاسلكية على الشعب

الأمريكى ، فى الولايات المتحدة ، داعية إياه إلى التزام سياسة العزلة ، ووجهت دعاية خاصة إلى بلاد أمريكا اللاتينية .

ومع ذلك لم تحقق الدعاية الفاشستية من النجاح إلا نتائج محدودة ، فمفعولها فى الخارج كان ضعيفا ، وفشلها فى الداخل ، كان مروعا ومخيفاً ، حينما سقطت إيطاليا ، وانهار النظام الفاشستى، وكأنه كان سرابا أو قصوراً شيدت فوق صفحات الماء ، وبنفس الحركات المسرحية ، مثل الشعب الايطالى بجثة موسولينى ، بطريقة تدل على الخسة والنذالة ، وتقطع بأن الدعاية لم تصل إلى أعماق الشعب . وهى دعاية لم تقم على أصول فنية صحيحة ، وقد تعثر الجهاز القائم بها فى بيروقراطية سخيفة ، ولما أسس موسولينى وزارة الثقافة الشعبية اختار موظفيها من بين رجال السلك السياسى ، ونقل إليها عدداً من موظفى الوزارات الأخرى ، فكان ينقص هذه الوزارة عنصر الخبراء والذين يفهمون فن الدعاية السياسية ، وفوق ذلك كانت الدعاية تجرى فى فلك السياسة كأمعة للسياسة بدلا من أن تكون قلبها النابض ، وبالجملة دلت محنة إيطاليا فى سنة ١٩٤٣ على أن جهاز الدعاية الايطالية كان كسيحا .

ثانيا — فى ألمانيا النازية :

قال هتلر فى خطابه الذى ألقاه بمؤتمر نورمبرج ، فى سنة ١٩٣٦ : « لقد أوصلتنا الدعاية إلى الحكم ، وبالدعاية حافظنا

على مراكزنا ، وسوف نستطيع أن نغزو العالم كله بدعايتنا » . فالدعاية بالنسبة للألمان هى أداة من أدوات الحكم ، لا غناء عنها ، ولذلك كانت من وظائف الدولة ، التى تباشرها بغير توقف ، فى السلم ، وفى الثورة ، وفي الحرب على السواء . فالدعاية كانت سلاحا أيديولوجيا وسياسيا وعلميا . وكانت هذه الدعاية مبنية على دراسات فنية غاية فى الدقة ، والقوة ، حتى وصلت إلى درجة لم تسبق إليها فى تاريخ الدعاية السياسية في العالم .

ولما غلبت ألمانيا علي أمرها ، في سنة ١٩٤٥ ، وجد أعداءها فى أطلال وزارة الدكتور « جوبلز » محفوظات ، تدل علي عمل فنى رائع ، وجهد لا تقدر عليه أجيال متعددة ، فى دولة أخرى ، ويستفاد من هذه المحفوظات أن ألمانيا استفادت بتجارب الأمم الأخرى ، منذ أقدم العصور ، وهضمت نظريات غيرها ، وأخضعتها للعلم الحديث ، ولفلسفتها الخاصة ، فنرى أثراً لفلسفة ميكيافيللى ، فى تلك الدعاية النازية ، كما تجد تقنينا كاملا للمظاهرات والنياشين ، وما إلي ذلك من وسائل التأثير على الجماهير ، وفى بطون تلك المحفوظات دراسات ممتعة فى فنون الدعاية السياسية بأقلام علماء النفس ، وأساتذة الغرائز ، والخبراء فى كل فرع من فروع العلم حتى فى الهندسة والعمارة والطب والميكانيكا ، فكل ذلك كان متصلا بالدعاية السياسية من زاوية أو أخرى ،

واستطاعت الدعاية النازية أن تحلل الطبيعة البشرية فى معاملها أدق تحليل ، واهتدت إلي أمور لم يكن العلم قد توصل إليها .

والمبدأ الأساسى الذي ارتكزت عليه الدعاية النازية هو الاحتكار ، وعدم السماح بأن تنافس بأية حال ، ومنع الاصغاء إلى الاذاعة اللاسلكية الأجنبية ، ومراقبة المطبوعات التى تفد من الخارج ، ووضعت الدولة تحت تصرف وزارة الدعاية قوات البوليس والأمن ، والمحاكم والسجون ومعتقلات الأسر ، فكانت التربة ممهدة ، لتقوم بعمل إنشائى عظيم ، واشتغلت النازية طبقا لخطط وبرامج كانت تضعها مقدما ، فى كثير من الدقة والاحكام ، وكانت لا تهاجم عدوين ، فى وقت واحد ، فبدأت بالقضاء علي جمهورية «فيمار» ، وأحلت محلها النظام النازى ، وبعدها أعلنت حربها علي الشيوعيين ، ولما استأصلت شأفتهم ، أجهزت على اليهود فقطعت دابرهم ، وانتقلت إلي الاشتراكيين ، فالنقابيين ، فالفيدراليين ، ولما تخلصت من كل هؤلاء ، صبت جام غضبها علي الكنيسة ورجالها ، ثم الماسونية ، وحينما طهرت ألمانيا من أولئك جميعا ، زحفت على النمسا فضمتها إلى الرايخ ، وبعد النمسا ابتلعت تشيكوسلوفاكيا ، ولما انتصرت فى ميونيخ فى سنة ١٩٣٨ وأحنت ظهور الانجليز والفرنسيين ، طالبت بممر دانزج ، فأوقدت نيران الحرب العالمية الثانية ، وقد أخذت لها أهبتها . وامتاز فن الدعاية النازية

بالتهجم اللاذع على أعداء ألمانيا ، الذين أخذتهم بغير رفق ، فداست على « بينيش » ، رئيس جمهورية تشيكوسلوفاكيا الذى ثبت أنه كان جاسوسا لبريطانيا ، وبعده عصفت « بشوشنيج » ثم راحت تضرب روزفلت على أم رأسه ، وأما ونستون تشرشل ، فكانت تذكره بكثير من الزراية والاحتقار ، وكانت الدعاية الألمانية تصوغ مطالب ألمانيا في لهجة آمرة ، لا رجوع فيها ، ولا يمكن التحول عنها ، كما أنها اتسمت بالعنف ، فلم تعرف هوادة ولا لينا . ومع ذلك تمرست علي المكر وسعة الحيلة ، ومعالجة الأمور بحكمة ، بحيث لا تثير قلقا فى الداخل ، ولا تدفع خصومها فى الخارج للاقدام على عمل مضاد لها دون أن تكون الدولة ، على أتم أهبة ، فأمنت الهزات ، ووضعت خصومها دائما أمام الأمر الواقع ، وحملتهم على التسليم والاذعان . وكلما قررت الهتلرية القيام بعمل ما ، كانت الدعاية تمهد لذلك بمقال افتتاحى فى صحيفة كبري ، ثم تتلقف الأقلام موضوع هذا المقال ، فتردده بتعليقات مختلفة ، ولا يلبث أن يصير الأمر حقيقة واقعة . وكانت الدولة تتظاهر بأن الموضوع الذى أثير هو مجرد اقتراح ، وأنه محل البحث والدراسة ، وتراقب بوساطة أجهزة الاستعلام ، آثار مايكتب ، على الرأى العام ، فى الداخل ، وفى الخارج ، قبل أن تتورط فى خطأ ، أو تتخذ قرارا ، دون أن تكون الفرصة مؤاتية . وأحيانا

تبدأ الحملة بتصريح يرد على لسان متحدث رسمى ، ويلى التصريح دوى صحفى ، ودوى فى السينما والراديو وغير ذلك ، وتكون وسائل الدعاية أشبه بأوركستر يعزف أنشودة معينة ، ثم تلى ذلك فترة سكون وصمت ، يكفون خلالها عن الكلام فى الموضوع ، ليفكر الناس تفكيراً هادئا ، وتتكشف المعارضة ، إن كان ثمة معارضة ، وتظهر نواحى الضعف لتعالج بسرعة ، ثم يتخذ القرار النهائى ، وتتجدد العاصفة أقوى من ذى قبل ، فيرتبون اجتماعا ضخما ، ويعلنون أن الفوهرر سيخطب فيه ، وبمجرد إلقاء خطابه ، تكون المشكلة قد حلت ، وإذا كانت المشكلة داخلية ، يعلن هتلر القرار فى خطابه ، أو يذاع قبيل البيان ، ويكون هناك ترتيب سابق لرفع آيات الشكر من الشعب لزعيمه ، الذى نزل على إرادته ، وحقق له ما يتمنى ، والدعاية الداخلية ، بوجه عام ، كانت تعتمد على الاجتماعات ، والمواكب ، والمهرجانات ، والمؤتمر السنوى الذى كان يعقد فى « نورمبرج » واستعراض الأطفال ، أو فرق الشباب ، أو قوات الجيش ، تحت راية الصليب المعكوف ، وما إلى ذلك من الأعمال والصور التى كانت تأخذ بلب الشعب الألمانى .

وأما استراتيجية الدعاية النازية فى الخارج ، فكانت لها رسالتان :

(١) إقناع العالم الخارجى بسياسة ألمانيا النازية ، وعدالة

مطالبها ، وقوة بنائها ، وكسب أنصار وأصدقاء فى الحياة الدولية. وقد قاموا بهذه الدعاية بوساطة الاذاعة اللاسلكية ، وموجاتها القصيرة ، التى غزت سائر أنحاء المعمورة ، وكانت مسددة بوجه خاص إلى بلاد القارتين الأمريكيتين ، الشمالية والجنوبية . وقد أبرمت اتفاقات خاصة بين الاذاعة الألمانية والاذاعات الأجنبية ، لتبادل برامج الاذاعة ، وتبادل المذيعين أحيانا ، ومن ذلك دعوة السائحين إلى ألمانيا لمخاطبة ذويهم ، عن طريق الميكرفون الألمانى ، ومما ساعد على نجاح هذه الدعاية ، وجود عدد كبير من رعايا ألمانيا مقيمين ومبعثرين فى الخارج .

(٢) الاتصال بجميع العناصر المنحدرة من سلالة جرمانية وتعبئتهم وكانت العنصرية الجرمانية ، الموجودة خارج ألمانيا دائما وأبدا ، سلاحا من أسلحة السياسة الألمانية ، فالذي فعله هتلر ، هو أنه استعمل هذا السلاح ، كمبرر لزحف ألمانيا على البلاد التى ضمتها إليها ، ذلك أنه اعتبر جميع المنحدرين من دم جرمانى أبناء الرايخ الثالث . ومواطنين ألمانيين يخضعون لقوانين الرايخ ولأوامره ، وانتظمهم قسم خاص من أقسام الحزب النازي ، وحملوا شارة الصليب المعكوف ، وفى كل عام كان ينعقد مؤتمر فى «ستوتجارت» ، ويضم كل هؤلاء الذين يفدون على المؤتمر ، من مختلف بقاع العالم لتثبيت إيمانهم بألمانيا النازية ، وتلقى الأوامر والتعليمات .

وكانت غاية هذه الدعاية ، ضم كل تلك العناصر إلى حظيرة الوطن الألماني الكبير Volkstum الذى يمثل وحدة الدم والعنصرية ، وهؤلاء كانوا في البلاد التي يقيمون بها في الخارج عيونا لألمانيا ، وسواعد لها ، تقوم بالتجسس لحسابها ، وبالدعاية الخفية ، وأحيانا تدعي أنها مضطهدة ومعذبة ، ليتخذ هتلر من هذه الادعاءات ذريعة للهجوم ، على بلد مجاور بدعوى إنقاذ أبناء عمومته ، والأقليات الجرمانية المضطهده . وكثيرا ماأحدثت تلك الأقليات اضطرابات سياسية واجتماعية في البلاد التى تسكنها لخدمة أغراض معينة للسياسة الألمانية.

واعتمد هتلر على تلك الأقليات في حربه الباردة التي شنها على بعض البلاد . كي يصل إلى انتزاع بلاد أخرى ، كان يعتبرها ألمانية الأصل ، وأراد أن يكون من مجموعة تلك البلاد ، ماسموه بألمانيا الكبري Gross Deutschland أو المساحة الحيوية المطلوبة للرايخ الثالث .

وقد نجحت هذه الاستراتيجية ضد النمسا لتحقيق ما سموه Anchluss ، وكانت أقوي مفعولا حينما استخدمت ضد تشيكوسلوفاكيا فى سنة ١٩٣٨ ، وكانت تعلتهم هنا ، إنقاذ الألمان المقيمين بالسوديت من طغيان تشيكوسلوفاكيا .

وحينما بدأت خطة هذا الزحف ، كانت الدعاية الألمانية لا تتكلم إلا عن الأواصر الثقافية ، بين ألمانيا وبين تلك الأقليات ، وذلك حتى لا تقلق البلاد الديموقراطية وتأخذ

جذورها ، ولكن سرعان ، ماوضعت مسألة الأقليات ، على بساط البحث ، فطالبوا بالمساواة في الحقوق ، ثم تطورت المسألة إلى مطالبة باستقلال ذاتي ، فاستفتاء ، فزحف ألماني وكانت الدعاية الألمانية ، تمهد للغزو ، وتلقى الرعب في صدور الأعداء ، فتقول لهم مثلا : لقد قال هتلر كيت وكيت في « كفاحي » وهو ماض في تنفيذ ما كتبه في هذا الكتاب بالحرف الواحد ، والجيش الألماني لا يقهر ، ولا تلين له قناة وأن شعب ألمانيا كله يقف وراء أبناء ألمانيا المقيمين في السوديت ، وهكذا ، حتى ينخلع قلب العدو ، ويفقد إرادته ورشده ، وكانت المفاوضات تجرى في نفس الوقت ، وتترك للعدو أسبوعا يدبر فيه أمره ، وتترك له بصيصا من الأمل في حل سلمى ، ولكن أجهزة الدعاية في ذلك الأسبوع ، تكون قد شددت النكير عليه ، حتى تنهار مقاومته وتضطرب خطط حلفائه ، وكان العالم كله يعيش في ظل حالة من التوتر رهيبة ، ونذر حرب عامة شاخصة ، والشعوب تطلب النجاة وتتمنى أسوأ الحلول السلمية لمفاداة الكارثة ، ولا ننسى الحالة النفسية ، في العالم كله ، في سبتمبر سنة ١٩٣٨ ، وحالة حامل المظلة « تشمبرلن » وهو ينحني ، ويتوسل في ميونيخ ، وكل فرد في مشارق الأرض ومغاربها ، كان يجلس إلي جوار جهاز الاذاعة في لهفة شديدة . ليتسقط الخبر ويعرف المصير ، وكانت الكلمة الفاصلة ، لهتلر سيد الموقف .

فى بيان استراتيجية الدعاية النازية ، يجب أن نعيد إلى الذاكرة أيام ميونيخ ، لنتعلم دروسا فى فن الدعاية . وفى حرب الأعصاب ، وفى الدقة والخبرة بأحوال البشرية جمعاء.

لقد أعلنوا أن هتلر سوف يتكلم بعد أسبوعين ، فعلى الناس جميعا أن يرهفوا الحس ، ويتركوا ما بأيديهم من أعمال وما يحتدم فى رءوسهم ، من مشاغل أخرى ، ألا فلينصتوا ، حتى يعلموا أهى حرب كبرى مباغتة ، أم سحابة صيف ؟!

أعمال البورصة تضطرب ، واليهود يضربون أخماسا فى أسداس . والشائعات تهد العزائم ، والناس لا يدرون ماذا يصنعون ؟ !

ويأتى اليوم التاريخى الموعود ، وقد اتصلت محطات الاذاعة العالمية ، بألمانيا ، لتذيع الخطاب فى الحال ، مترجما بمختلف اللغات واللهجات . وقد تكلم هتلر ، وكان عنيفا غاية العنف ، ولكن الدنيا تتنفس الصعداء ، والنـــاس يهنىء بعضهم بعضا ، فقد كان ممكنا أن يقول كلاما أشد عنفا ، وأن يلقى فى القلوب الحائرة رهبـة وفزعا ، ولكن أعطاها مسكنا وقتيا ، وهو أفضل من الفجيعة ، على كل حال (١) .

والدعاية الجبارة تخاطب خصوم ألمانيا ، فتدفعهم إلى

---

(1) Dictature Ou Iiberté , Revue des Deux Mondes , 19 Mai 1939 .

اليأس ، وتحملها على التسليم . تقول لفرنسا ، إنك يا فرنسا الحلوة ، المائعة لا ترضين بالانتحار ، ولا طاقة لك على محاربة ألمانيا النازية ، ولا مصلحة لك فى حرب من أجل السوديت ، وأنت يا بريطانيا ، أيتها العجوز الشمطاء ، إنك جبلت على الأنانية وحب الذات ، وأنت تكسبين كثيرا ببقائك ، خارج المعركة ، ولا بأس من السكوت عليك ، وعدم المضى فى كشف عورتك ، والاعلان عن قبائحك ، وخيانتك للانسانية وللسلام العام . اسكتى راضية ، ونحن نسكت عليك ، ونربت على كتفك . وأنت ياأمريكا ، حذار أن تتركى العقرب ، الأجير لليهودية والرأسمالية ، روزفلت ، يخرجك عن حيادك التقليدى ، وأنت لا مصلحة لك فى السوديت ، وإن ركبت رأسك ، فالويل ثم الويل لتجارة العم سام ، ولأبناء العم سام ! !

ذلك هو لسان الحال ، الذى كان يناجي أولئك وهؤلاء . وتخرج صحيفة « التيمس » ذات صباح ، لتلقى قنبلة بمقالها الافتتاحى ، معلنة ضم السوديت إلى ألمانيا ، وأن الأزمة الدولية تعد منتهية ، وهى تهنىء العالم بهذه النتيجة .

ويعود كل من دبلاديه وتشمبرلين ، ليخطبا ، ويقولا علي موجات الأثير إنهما أنقـذا البشرية من المجزرة الكبرى ، وتزف التهانى إلى صاحب المظلة ، وذلك كله بعد

أن رفع اللورد « رانسيمان » Runciman رئيس لجنة التحقيق البريطاني تقريره ، وأوصى فيه بضم السوديت إلى ألمانيا ، وارتكبت انجلترا جريمة الخيانة والغدر ضد حليفتها الصغيرة تشيكوسلوفاكيا ، ولا يرى رجل الشارع الانجليزي غضاضة ، فانجلترا عريقة في هذه السياسة ، وأما التشيك فيحتجون ، ويعوون كالطيور الجريحة ، إلا أن الديموقراطية الغربية ، وهي لاتدين بمبدأ ، ولا تؤمن بحقوق الأمم الصغيرة ، تصم أذنيها ، وترحب بذبح تشيكوسلوفاكيا ، وتذيع من أبواقها لغة الكذب والختل والنفاق ، وتقول لألمانيا : نرجو أن تكون السوديت آخر الطلبات . ولكن جوبلز ، وقد اشتد ساعده ، حتى صار سيفا مسلولا ، يميل حينئذ إلى الصراحة ، ويقول لا ، ويعنف الديموقراطية أشد التعنيف ، ويصفها بأنها كسيحة ، وأنها إلى زوال .

وأخيراً ، وفي سبتمبر سنة ١٩٣٩ ، وقعت الواقعة ، وكان أمر الله مفعولا .

ثالثا — استراتيجية الدعاية الشيوعية :

دار الفلك دوراته ، المقررة ، في كتاب محفوظ ، عند علام الغيوب ، وبعد عشر سنوات ، من انتصار جوبلز ، وأجهزته ، وابتلاع تشيكوسلوفاكيا ، افتعلت الدعاية السوفييتية ثورة في براغ ، ووصل الحزب الشيوعي إلى الحكم ،

وأضحت تشيكوسلوفاكيا ، التي اتهمت ألمانيا بسفك دمائها ، من بلاد ما وراء الستار الحديدى ، فكيف تم ذلك ، وما هي الاستراتيجية الحمراء ؟ !

بعد أن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، ظهر الحزب الشيوعى فى تشيكوسلوفاكيا ، وكان يعمل لحساب موسكو ، لا لحساب وطنه ، والشيوعية تهدم القومية ، ولا تؤمن إلا بالدولية الحمقاء ، التي يعتبر معتنقرها خونة لأوطانهم ، وانطلقت الشرارة في صيف سنة ١٩٤٧ ، إذ وضعوا على بساط البحث ، مسألة اشتراك تشيكوسلوفاكيا فى مشروع « مارشال » ، وهو مشروع كان ينطوى على خبث أمريكي ، ورغبة فى التسلط على العالم اقتصاديا ، ومن هنا كانت الثغرة التى نفذت منها الشيوعية ، والفرصة التى استغلتها أيما استغلال ، ذلك أن مشروع مارشال ، وصاية أمريكية مقنعة ، وكان على تشيكوسلوفاكيا أن تختار كتلة تنضم إليها .

وكان على رأس حكومة براغ ، رجل شيوعي ، يقال له « جوتوالد Göttwald » ، وقد قرر إرسال وفد تشيكوسلوفاكى للاشتراك فى مؤتمر باريس التمهيدى فأمر الكرملين فى الحال باستدعاء الوزراء الشيوعيين في تشيكوسلوفاكيا إلى موسكو ، وكلفهم ستالين بمعارضة مؤتمر باريس ، واضطربت الأمور بسرعة ، إذ كانت تلك الخطوة ، أول

تدخل مباشر من جانب موسكو ، وحدثت تحركات للفرق المسلحة ، وتهديدات، وانتهت بدخول تشيكوسلوفاكيا، وراء قضبان الستار الحديدى . وقد حصل الشيوعيون على الأغلبية المطلقة فى انتخابات مايو سنة ١٩٤٨،وكانت تؤازرهم الفرق الروسية المرابطة على الحدود .

وأول عمل قام به الشيوعيون ، كى يصلوا إلى الحكم ، هو استخدام القوة والعنف وسائر الوسائل للقضاء على معارضيهم وتشريدهم ، وقد استغلوا فى دعايتهم أخطاء خصومهم السياسيين ، وسجلوا عليهم تهماً خطيرة ، أهمها التآمر ضد وطنهم لحساب الرأسمالية الغربية ، وأنهم هم الذين كانوا سبباً فى القضاء على بلادهم فى الماضى ، وكانوا تجار الحرب ، ومنهم من كانوا خداما للنازية . وقالوا إن الحزب الشيوعى هو الحارس الوحيد للجمهورية والخادم الأمين للطبقة العاملة ، وقد رأى قادته المستنيرون ضرورة محالفة روسيا ، التى أنقذت الشعب من نير الألمان ، وقدمت له كميات كبيرة من القمح لتقيه شر المجاعة ، وأخذت على كاهلها حمايته من براثن الرأسمالية الاستعمارية . وهدد الحزب الشوعى بتدخل روسيا المسلح لقمع أية حركة تدبر ضده .

وألقت الشيوعية بقبضتها فتسربت إلى أهم المرافق العامة ، وفى مقدمتها الاستعلامات والبوليس ، وهيمنت على مصادر الثروة القومية ، وطلبت من العمال أن ينتظموا فى كتل

شعبية لحماية جمهوريتهم ضد الرجعيين ، والمتآمرين الذين يجب التبليغ عنهم والضرب على أيديهم في الحال. وأصيبت الصحافة والاذاعة بحمي الشيوعية ، وراحت أجهزة الدعاية تندد بمن وصفتهم بالخيانة ، واعتبرتهم أعداء الشعب ، وألقى الرئيس « جوتوالد » خطبا نارية ، دعا فيها العناصر التقدمية لتكون على أتم أهبة ، كي تقتل في المهد كل حركة رجعية ، وكى تنقذ الديموقراطية الشعبية من أى عدوان ، وتألفت لجان العمل التي غطت البلاد كلها، وأضحت دولة في داخل الدولة .

ولم يبق إلا الخطوة الحاسمة لقلب نظام الحكم .وقد هبط على براغ، الرفيق «زورين» ، نائب وزير الخارجية الروسية لحضور استلام شحنات القمح الذى أرسلته روسيا إلي تشيكوسلوفاكيا ، واشتد الضغط على رئيس الجمهورية بينيس ، ليقيل الوزراء غير الشيوعيين ، ويترك دولاب الحكم في يد الحزب الشيوعي بمفرده . وقد أعطيت الاشارة إلى الطبقة العاملة ، فأوفدت مندوبيها إلي رئيس الجمهورية لحمله على اتخاذ ذلك القرار ، وعقدت الاجتماعات الشيوعيه ، وانطلقت المظاهرات الصاخبة ، واحتل الشيوعيون دور الحكومة واعتصموا فيها ، كما احتلوا دور الأحزاب غير الشيوعية ، وقبضوا على زعمائها ، واقتحموا المطابع وغيرها من المؤسسات . وقد انهار بينيش ، واستسلم وأذعن ، قبل أن يقضى نحبه .

وغدت تشيكوسلوفاكيا حمراء ، صاخبة ، وألقى القبض على كثيرين من العلماء والساسة ،وأعدموا بتهمة التآمر ضد الوطن ، وتشيعت الدولة ، وأممت الصحافة والفكر ، واختفت الجمهورية ، وقامت على أنقاضها جمهورية شعبية ، تشتغل وراء القضبان . ولم يتم هذا الانقلاب فى يوم وليلة ، بل كان ثمرة خطة روسية مدروسة ، منذ ثلاثين عاما ! !

فى مارس سنة ١٩١٩ تأسست في موسكو ، الشيوعية الدولية ، أو « الكومنترن » ، وهي وزارة دعاية خارجية ، بكل معنى الكلمة ، وأضحت الشيوعية ، التى كانت مجرد نظرية سياسية ، نظاما يريد أن يحتضن جميع الحركات الثورية فى العالم . ولما وصل ستالين إلى الحكم ، وضع إنجيل لينين فى خدمة مصالح الدولة السوفييتية ، وأضحت الدعاية الشيوعية ، التى تغزو نظم الدول فى العالم ، طريقة بارعة لفرض سيطرة موسكو ، على كل بلد يقع تحت براثن الشيوعية ، فالشيوعية استعمار يسرى فى الهواء ، وهو كالسرطان ، حينما يعترى جسم أية أمة،فتستأصله من ناحية، يظهر فى ناحية أخرى .

وقد كانت الظروف ملائمة لظهور هذا المرض ، بعد الحرب العالمية الأولى ، فاتجه لينين أول ما اتجه إلى ألمانيا ،

وأراد بلشفتها ، ومنها يستطيع أن يبلشف أوروبا بأسرها . ولكنه فشل ، وعاود التجربة في بلاد المجر ،التي كانت مرتعا خصبا للشيوعية بسبب زيادة عدد العاطلين عن الحد المعقول، وتفشى البؤس والفاقة ، وقد عاد الأسرى الذين كانوا في موسكو ، إلى بلادهم ، ومعهم جراثيم الشيوعية . ولكن هذه الحركة قد اندحرت لأن الرأسمالية الانجلوسكسونية ، كانت شديدة البأس ، نافذة الكلمة في الحيــاة الدولية . وظهرت الفاشية ، وبعدها النازية ، لمقاومة الشيوعية ، وكانت النازية هي القوة الوحيدة الساحقة للشيوعية ، فولت أمامها الأدبار ، ووقفت ألمانيا النازية ضد الشيوعية كالسد المنيع .

والشيوعية محزبة ومدمرة ، فهي في ثورتها ودعايتها مصابة بالعنف ، والميل إلى الاجرام ، وقد استخدمت الاذاعة، ونبغت في نشر الأخبار المكذوبة ، وإشاعة القلق وإثارة الخواطر ، وزلزلة الحكومات الأجنبية .

وقبيل قيام الحرب العالمية الثانية ، عقدت روسيا معاهدة صداقة وعدم اعتداء مع ألمـانيا ، ولكن بمجرد أن احتلت ألمانيا أراضي بولندا ، وقبل أن تنتهي معركة بولندا زحفت روسيا على بولندا من الشرق بغتة لتأكل نصيباً من جيفة بولندا ، ودارت رحى الحرب ، ومشت جيوش هتلر فوق أوروبا ساحقة ماحقة ، ولكن روسيا كانت تسدد حرابها

في ظهر حليفتها ، فلم يجد هتلر بدا من أن يحول جيوشه إلى الشرق ، بعد أن أملته تلك الخيانة ، وذلك التصميم على الغدر ، ورأى العالم من خطوط النار الممتدة آلاف الكيلو مترات ، ما لا عهد له به من قبل ، وكانت الفرق النازية شديدة الفتك بالعملاق الروسى ، وكانت تقطعه إربا ، وتسبح فى بحار من دمه ، ولو خلى بينهما ، لارتاح العالم كله من الشيوعية إلى يوم القيامة ، إلا أن اليهودية الدولية التى ابتدعت الشيوعية ، هى بعينها اليهودية الدولية التى تحكم الولايات المتحدة الأمريكية ، والتى تسوس بريطانيا وفرنسا ، وغيرهما ، وهذه اليهودية عرفت كيف تجمع الأعداء في صعيد واحد ، وتريق دماءهم لغرض واحد ، هو القضاء على عدوها الألد ، ألمانيا النازية ، فقدر لابليس وجنوده أن ينتصروا ، ويدخلوا برلين ، بعد مصائب ثقال ، وخسائر مروعة ، ومعارك فوق الأنقاض ، وتحت الأنقاض ، وفى كل بيت ، وفى كل حجرة . وانتهت الهتلرية ، ليشهد العالم ، من أهوال السلم ، والمتاعب الجسام ، ما تحدث عنه هتلر ، وما توقعه إذا قدر لألمانيا أن تلقى السلاح ، قبل أن تحطم أعداء البشرية الثلاثة : الشيوعية ، والرأسمالية الغربية ، واليهودية الدولية .

ولم يضيع هؤلاء الثلاثة وقتا ، ففى الأسبوع الثانى من سقوط ألمانيا ، وبعد انهيار طوكيو ، بدأت رحى الحرب الباردة بين الشيوعية الشرقية ، والرأسمالية الغربية ، واليهودية

تلعب هنا ، وتلعب هناك ، وكلما كثر الماء العكر ، كلما أتخمت بالثراء ، والجاه الدولى العريض ، وأضحي الناس فى زمان ، أفرخ الشيطان فى الرءوس ، فانهارت الأخلاق ، وتداعت الفضائل ، واختفى صوت الضمير .

والحرب الباردة الدائرة الآن بين الكتلتين الشرقية والغربية هى حرب دعاية بين مدرستين ماديتين متطاحنتين ، وقد أسست روسيا الكومنفورم ، وما هو إلا طراز جديد للكومنتيرن ، واستفادت روسيا بتجارب النازية ، فى المجال الفني وطبقتها على نحو يلائم مذهبها ، ومن العبث أن يتصور أى سياسى أن هذه الحرب الباردة سوف تنتهي ، فهي لابد مؤدية إلى الانفجار ، بل إلى الخراب والدمار ، ولن ينجو العالم إلا إذا قامت على أرض الله مثاليـــة جديدة تقاتل الكفر ، وتدعو إلى توحيد الله القوى العزيز ، وقدر لهذه المثالية أن تنتصر على القوى الثلاثة التي تمثل الشرك ، وتعد بربرية منظمة ، تحت ستار مدنيات مادية وما تلك القوى إلا الشيوعية الاستعمارية والرأسمالية الغربيـة الاستعمارية واليهودية الدولية التى تبحث عن ملك سليمان .

* * *

وللدعاية الشيوعية ، فى داخل البلاد الروسية نفسها استراتيجية من لون آخر ، فالاتحاد السوفييتى يعيش فى ظل النظرية المـاركسية ، ويحاول رجال الكرملين الآن أن

يخلقوا مدنية ماركسية ، تقوم على الأساس الذى سبق الكلام عنه وهو فناء ذاتية الفرد واحتكار كل شىء بما فى ذلك وسائل التعبير عن الفكر ، ولم تعد هذه الدعاية تدق كثيرا على نغمة عدوها التقليدى ، رأس المال ، ذلك لأنها لاتخاف كثيراً ، من أن ينهار النظام السوفيتى ، بعد أن أصيبت الرأسمالية الغربية بالهرم والشيخوخة ودبت فيها عوامل الفناء ، وإنما تمر روسيا السوفيتية بمرحلة انتقال تطلب فيها من المواطن الطاعة العمياء ، والعمل المتواصل حتى يضاعف الانتاج ويستخدم أكبر نصيب من الدخل القومى فى التسليح .

ومنذ سنة ١٩١٧ تردد البلشفية فى دعايتها نغمات معادية للوطنية وللقومية أيا كانت ، وتذكى لهيب الأنانية فى طبقات العمال والفلاحين ، فتعد العمال بدكتاتورية البروليتاريا وتعد الفلاحين بالأرض ، واستخلص لينين من الماركسية ، نظاما خياليا للمجتمع الجديد الذى تتلاشى فيه الطبقات ، ونادت الشيوعية بالتخلص من الأديان وعبادة المادة وعبادة العلم والفن بدلا من عبادة الرحمن ، بل جعلوا من لينين معبودا فى الدولة الشيوعية واستعاضوا عن النسر الامبراطورى بالمنجل والمطرقة ورسموا على العلم الأحمر خمس نجوم ذهبية تعبر عن القارات الخمس وهى الأمل الذى يداعب رأس الشيوعية .

ومنذ بداية الثورة الحمراء فرض الحصار علي الشعب الروسى حتى لايتصل بالعالم الخارجي ويظل يجرى فى فلك الشيوعية ، والشعب الروسى حتى الآن يجهل الحقيقة المجردة ولا يعرف إلا ماتلقى به إليه أبواق الدعاية الرسمية تلك الأبواق التى تراقب وتمحو ماتشاء وتزور كما تريد ولا يستطيع مخلوق أن يرد عليها فى داخل البلاد ، والشىء الواحد قد يكتب عنه بصيغ متعددة ويعرض بأوجه مختلفة ، فما يكتب للعامة يغاير فى حقيقته مايكتب لأعضاء الحزب أو للطبقة المستنيرة ، والشعب لايطالب الحكومة أو الحزب بأن تكون لهما سياسة ثابتة ، فهما يستبيحان اللف والدوران ، ولا ترى الشيوعية بأسا من ذلك مادام أنها لم تصل إلى هدفها الأخير وهو تشييع العالم كله ، وعلي الرغم من الهدوء والاستقرار فى الاتحاد السوفييتى لاتكف أجهزة الدعاية عن العمل ليل نهار لتقول للشعب أن الشيوعية هى ملتقى الفضائل والصفات العالية والعبقرية البشرية. وفى جميع المحافل العامة والميادين والأندية والمحطات والصالات والمصانع والمزارع والمتنزهات تعلق اللافتات الكبيرة وتلصق الاعلانات معبرة عن انتصارات السوفييت والنتائج التى يحققونها بنظام حكمهم الذى يقولون عنه أنه المثل الأعلى ، وكل عامل يستهدف لتأثير سيكولجى قوى وهو يحصل على تعويضات طيبة ومكافات ونياشين وما شابه ذلك ، والعامل

المهمل أو العاجز أو المتبطل يفقد مسكنه، وتسحب منه بطاقة العمـــل وقد يقذف به في ظلام سيبيريا ، واستعمال العنف فى الحياة اليومية من الأمور العادية والمألوفة ، وكم جرت من حركات تطهير وإبادة تكررت منـذ وقوع الانقلاب الشيوعي ، وإذا كانوا قد عقدوا بعض محاكمات فلم تكن محاكمهم إلا مسرحيات لتقضى بما استقر عليه الرأى من أنها ستقضى به قبل أن تنعقد ، وما المحكمة هناك إلا أداة لتبرير سياسة الحزب الشيوعى ، ويلعب الجيش الأحمر دوراً هاما فى تربية الشعب الشيوعية وللجيش قومسيرون ، أى وزراء سياسيون وهؤلاء ليسوا إلا خداما للدعاية ، ومن الأقوال المأثورة هناك قولهم إن الجندي يدافع عن الوطن السوفييتى والدولة تدافع عن الفلاحين والعمال .

* * *

ومن كل ماتقدم ، يتبين أن وسائل الدعاية فى بلاد الحكم المطلق هى احتكار تلك الوسائل التي تنشر الفكرة الشيوعية وتأميم التفكير الانسانى واستخدام الاستراتيجية العلمية .

وقد استخدم أعداء هذه الأنظمة طرائق فى الدعاية مشابهة لطرائق النظم الدكتاتورية فى بعض الاحيان ، ولذلك عملت بالسياسة القائلة : لا يفل الحديد إلا بالحـديد ، فأسبانيا التى تزعمها الجنرال فرانكو ، قد احتكرت وسـائل الدعاية ،

وجربت الأساليب الدكتاتوية وهي تأخذ بنظام الحزب الواحد والدولة البرتغالية الجديدة تقوم على نظام دكتاتورى ، لا يحجر على الفكر إلى الحد الذى لمسناه فى البلاد التي تكلمنا عنها ولكنه مع ذلك يسوس الفكر ، ولا يسمح بمناقشة الأسس التي قام عليها نظام الدولة .

وإلى وقت قريب كانت تركيا الحديثة تسير فى نفس الطريق تقريبا وكانت تأخذ بنظام الحزب الواحد ، ثم عدلت عن ذلك أخيراً .

وفى الشرق الأقصى ، وقبل أن تحيق الكارثة باليابان ، كانت الدعاية نظاما تحتكره الدولة بقصد تجنيد الشعب واستبعاد الآراء الخطرة ، وقد قامت بحرب مسلحة وحرب سيكولوجية نلمس الآن آثارها فى معارك التحرير الآسيوية والدعاية اليابانية هى التى علمت الآسيويين كراهة الرجل الأبيض وكشفت عن إجرامه وسرقاته وزرعت فى قلوبهم الايمان بالمبدأ الذى سيلعب أكبر دور فى مستقبل العالم السياسى ، ونعني مبدأ آسيا للآسيويين .

واحتكرت الدعاية فى بعض بلاد أمريكا الجنوبية ومنها البرازيل والارجنتين .

وقد ذكرنا غير مرة ، أن الدعاية فى القرن العشرين ،

فن معقد ودقيق ، وقد تقدم هذا الفن فى بلاد الحكم المطلق أكثر منه فى غيرها ، ومع ذلك يمكن القول إن الدعاية قد قضت على كثير من الحواجز بين الشعوب ، وكان يمكن أن يستفاد بها فى إقامة سلم حقيقى، ولكن تحول دون ذلك، نفوس استعمارية أمارة بالسوء .



الفصل الثامن

الدعاية فى البلاد الديموقراطية

تأخذ الدعاية ، فى البلاد ذات النظم الديموقراطية ، طابعا آخر ، يختلف عما هو عليه حالها فى بلاد الحكم المطلق . ذلك أن الدولة الديموقراطية لا تحتكر الدعاية ، فحرية القول ، وحرية الرأى مكفولتان ، فى دساتير هذه البلاد ، وبالتالى فالدعاية السياسية مباحة ، لغير الدولة جماعات وأفرادا . ولا تدعى الدولة الديموقراطية أنها تجمع فى يديها مصالح الأمة ، وتمثل هذه المصالح ، فالأمة هى التى تحكم نفسها بنفسها ، بطريق التمثيل النيابى ، وتسند أمانة الحكم إلى حزب ، أو أكثر ، من الأحزاب البرلمانية . فالى جانب الحكومة ، ويفترض أنها خادم المصالح العامة ، تتألف باسم هذه المصالح العامة ، جمعيات وهيئات متعددة ومتنوعة ، تعمل لكسب ثقة الرأى العام ، وعلى أساس هذه الثقة تراقب سلطات الدولة ، أو توجهها .

والدولة فى هذا الخضم تقوم بالدعاية ، لتحفظ هيبتها عند الناس ، ومن مظاهر ذلك ، فى مختلف دول العالم ، العلم ،

والنشيد الوطني ، والنياشين ، وثياب رجال القضاء ، والحفلات الوطنية ، وكل مامن شأنه إثارة حماس الجماهير .. وتوثق الدول الديموقراطية صلاتها ، فيما بينها بتبادل الزيارات بين رؤساء هذه الدول ، والمعارض الدولية ، وما إليها تعد مظاهر دعاية .

وهل تكتفي الدولة الديموقراطية بتلك الدعاية الأولية ، وتباشرها كتقليد ؟ ! الثابت ، أن الدول الديموقراطية قد أدلت بدلوها في مضمار الدعاية ، كعمل حكومي ، يجرى على أسس علميـــة وفنية ، مجاراة منها لبلاد الحكم المطلق ، وزودت أداة الحكم فيها بادارات ، تحاول بها التسلط على الرأى العام ، ليؤيد سياستها ، وتقنعه بوجهات نظرها . والظروف وحدها هى التي أملت على هذا النوع من الحكومات ، أن تقوم بهذه الدعاية فالمشكلات السياسية الاقتصادية والاجتماعية ، التى تواجه أية حكومية ، فى العصر الذى نعيش فيه ، لايمكن التغلب عليها إذا أغفلت الدعاية ، والحكم في القرن العشرين ، فن وتخصص ، وليس سلطة يتطلع إليها هذا وذاك ، كما كان الحال فى ماضى الأيام . فالدولة الديموقراطية تستعين بالدعاية لتعبئة قوى الوطن ، فتنفذ برامجها ، وتعالج أزماتها المالية وغيرها ، فى جو من الحماس ، وشعور كل فرد بمسئوليته . ثم إن الدول الديموقراطية ، لاتستطيع أن تعيش بجانب دول الحكم المطلق ،

وتترك هذه الأخيرة ، تقوم بدعايتها على النحو الذى شرحناه فى الفصل السابق ، وتقف الديموقراطيات مكتوفة اليدين .

والحكم الدكتاتورى عدوى متنقلة ، وهو عدوى سريعة التأثير ، ولذلك ترى الديموقراطيات نفسها مضطرة لاقناع شعوبها بأنها أصلح نظام للحكم ، وأن الدكتاتوية خطر على الشعوب ، وهى إذا لم تفعل ذلك ، وتنجح فى دعايتها ، تكون معرضة للهزات الشديدة ، ولا تلبث بين عشية وضحاها أن يقذف بها فى سلة المهملات ، ويساق رجالها إلى المقصلة أو غياهب السجون ، فالدعاية فى البلاد الديموقراطية أداة دفاع سلبي ، ودفاع ديناميكى . وتزعم الديموقراطية كغيرها ، أنها تنطوى على مثل عليا ، مستمدة من حضارة بنى الانسان.

ومنذ القرن التاسع عشر ، سطت ديموقراطيات الغرب ، علي أكبر وأغنى قارات العالم القديم ، وتبارت فى سرقة كنوزها ، وامتصاص دمائها ، وكانت تمهد لذلك بتبشير دينى ، وبتبشير سياسى ، وكانت ولا تزال تلبس القناع الذى يغطى وجه السارق ، والقفاز الذى يخفي مخالب المعتدى الأثيم ، فتتظاهر بالعطف على شعوب ألقت في روعها أنها متخلفة ، وألحت فى تكرار هذا المعنى ، حتى صدقها المجنى عليهم ، وادعت أنها تنشر الحضارة والعمران فى ربوع الأرض ، وبنت على هذا الادعاء الباطل القول إن عليها التزاما ، وفي عنقها أمانة ، كى تجعل من المسئولية سببا لحق

تدعيه ، وفى عالم صاخب ضال ، جازت الغفلة ، ونجحت الحيلة ، ولو إلى حين . خذ مثلا بريطانيا وجشعها معروف ، وهى فى جسم البشرية كالديدان فى جسد الانسان ، لا تعيش من خيرها ، لأنها صخرة باردة مجدبه ، ولكنها تأكل طيبات غيرها ، وتنهب بغير حساب ، وكانت فى ماضيها الطويل ، نهازة للفرص ، فلعبت أدواراً ، ليس هنا مقام الكلام عنها ، حتى احتلت هذه البلاد فى سنة ١٨٨٢ بقوة الحديد والنار ، واضعة نصب عينيها انتزاع قناة السويس لنفسها ، وبعدئذ تعمل مخالبها وأنيابها فى آسيا وأفريقيا كما تريد ، فماذا قالت بريطانيا للجماعة الدولية تارة وللمجني عليهم تارة أخري ؟ !

قالت إنها غضبت بسبب عدوان المكاري على المالطي ، واضطرت باسم الانسانية ، لأن تدق مدينة الاسكندرية بنيران مدافعها ، وتدكها دكا ، انتصارا للمالطى المظلوم ! ! ثم قالت إن وجودها فى هذه الديار مؤقت ، ريثما تصلح أحوالها المالية ، كي يحصل الدائنون الأوروبيون على قروضهم وفوائدالقروض ، وإن يوم الجلاء قريب ، ولما شدد عليها النكير ، وعنفها اللذين أبوا عليها أن تنفرد بالغنيمة ، قالت إنها مضطرة لخدمة هؤلاء المساكين من ذوى الجلاليب الزرقاء ، وإنقاذهم من عسف الأتراك ، واستبداد الحكام . ولما زالت الدولة العثمانية من الوجود ، بحثت فى جعبتها عن وقود للدعاية ، وسند تتذرع به ، فقالت إن لها مصالح ، ولها

مواصلات امبراطورية ، ونجحت هذه الدعاية ، حتى كان سعد زغلول أول سياسى ، فاوض بريطانيا على أساس هذه المصالح المزعومة ، وانتهت القضية المصرية بمأساة معاهدة سنة ١٩٣٦ ، التى وضعت بوحى من تلك المصالح البريطانية ، وأهدرت مبادىء القانون الدولي العام ، وتظاهرت بريطانيا أمام العالم بأنها حارس السلام ، وأنها مضطرة للاحتفاظ بمركزها فى مصر لتنقذ مصر من الفاشية والنازية ، ولما ماتت الفاشية والنازية ، قالت أخيراً إنها تحتل قناة السويس ، وفاء لالتزامات دولية ، ودفاعا عن العالم الحر .

والمثل الآخر ، فرنسا فى شمال أفريقيا ، تقول إنها مسئولة أمام الله والناس عن سعادة ورفاهية المسلمين ، فى تونس ومراكش والجزائر ، وهي تؤدى هذا الواجب على أحسن مايكون ، فتأخذ من شمال أفريقيا ملايين الأطنان من الفوسفات سنويا ، وتحتكر سوق الفوسفات فى العالم ، وتزرع مئات الألوف من الأفدنة كروما ، تعصرها نبيذا ، وتملأ جيوب قلة من الرأسماليين الفرنسيين ، بل تملأ خزائنها بالقناطير المقنطرة من الذهب والفضة ، وذلك لاسعاد المسلمين فى شمال أفريقيا ، وسلطان مراكس عدو المسلمين ، وحجر عثرة دون هذه السعادة ، فجزاءه النفى والتشريد باسم الانسانية ، وهكذا وهكذا ... !!

هذا الجبروت الدولى محتاج إلي دعاية ، ولذلك لاتستطيع

ديموقراطيات الغرب أن تعيش بغير دعاية ، وبالدعاية ، وباسم الانسانية والعالم الحر ، زحفت الولايات المتحدة على الشرق الأوسط كالحمى الوافدة ، لتمتص منه البترول ،وتقول الآن إنها تحتكر خمسة وسبعين فى المائة من بترول العالم ، ومن أجل سلام العالم تنبش أمريكا أرض أفريقيا وأراضى الشرق الأوسط ، وتحتل الصحارى بشركات الاستغلال ، وابتزاز المال ، كما تحتلها بالمطارات ، وتغرق الأسواق ، وتحاول الاحتكار ، والدعاية تقول أنها خادم الانسانية ، وحارس العالم الحر ، وصاحبة النقطة الرابعة ،وغير ذلك من مخدرات السياسة الدولية ! !

وأولئك الكفرة الفجرة ، من أساطين الاستعمار البغيض ، مستهدفون بدورهم ، لقوة أخرى ، شرهة ومتعطشة للاستعمار ، وهى الدكتاتورية الحمراء ، وقد آلت على نفسها أن تدمر العصابة الغربيـــة ، لترث عنها مناطق النفوذ والاستغلال ، وسلاحها هو الدعاية ، تسلطها على الشعوب المغلوبة على أمرها ، وتحاول باسم الحرية التى ترنو إليها الأبصار ، أن تعطي برشام الشيوعية لهذه الشعوب. فتدوخها وتحكمها عن رضا واختيار ، وكذلك تسلط الدعاية ، على أنظمة الحكم فى بلاد الديموقراطية الاستعمارية ، لتقول لشعوب تلك البلاد إن هذه الديموقراطية ، شىء عفن ، وإنها تاجر حرب قديم ، والشيوعية هى الأمن والسلام ، ومثلها

الأعلى جنة أرضية ، فتضطر الديموقراطية للقيام دفاعا عن نفسها بدعاية مضادة ، بداخل بلادها ، وخارج تلك البلاد ، لتحتفظ بثقة شعوبها أولا ، وسكوت واستسلام مستعمراتها ، في الوقت نفسه .

وبضاعة الديموقراطية في دعايتها ، هي الحرية ، حرية الفرد ، والحقوق اللصيقة بالفرد ، ومسكينة هذه الحرية ، التي امتهنتها الدعاية السياسية ، حتى أصبحت في بعض الأوقات ثقيلة على السمع ، كريهة في نظر المظلوم ، والحق ينقلب باطلا إذا جرى على ألسنة من لا يؤمنون به ، ولا يعملون بما يقولون .

وتختلف الدعاية ، في النظم الديموقراطية باختلاف نفسيات الشعوب وأمزجتها وتقاليدها وتاريخها ، ومثلها في الحياة ، فالشعب الفرنسي مثلا به أنانية وجنوح إلى الفردية ، ومن طباعه الريبة والنميمة ، وهذه صفات تؤثر على حكوماته ، فتجعلها غير مستقرة ، ومع ذلك يتوق الفرنسي دائما لأن يظهر فرنسا أمام العالم بأنها بلاد عظيمة ، ولها تاريخ مجيد ، وأنها منارة الثقافة والعرفان ، وتلك هي لغته في دعايته الخارجية ، والانجليز يفكرون في هدوء ، وحاسة النقد عندهم قوية ، ولكنهم جبلوا على الطاعة والانقياد لقوانينهم وحكوماتهم ، بدافع من تعلقهم ببلادهم ووطنيتهم التي تطغى عليهم قبل كل اعتبار ، وتتسم دعايتهم الخارجية بالروح التجارية ،

وشهوة التسلط على غيرهم ، وشعب الولايات المتحدة الأمريكية من معدن آخر ، فهو شعب مزهو ، مفتون بنفسه ، ويدعى فيما يدعيه ، أنه أكبر شعوب الأرض تمتعاً بالحرية وغيرة عليها ، فى حين أن أجهزة الدعاية الفنية تقود الرأى فى بلاده ، بأسلوب لا يختلف كثيراً عن الأساليب الدكتاتورية ، وقد سبق أن ذكرنا أن الدعاية لعبت دوراً هاما فى تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية فحررتها من نير الانجليز وصانت وحدتها فى القرن الماضى ، وساعدتها فى الحرب العالمية الأولى ، ولذلك احتلت الدعاية مكانا هاما فى تلك البلاد ، ولكن الشعب الأمريكى ، لا يطيق الدعاية التى تأتيه ، خلافا لمعتقداته ونظراته للحياة ، ويكره الأمريكي أية محاولة تبذل ، لتغيير نظام حياته أو حمله على العدول عن فكرة ولو كانت خاطئة ، والرأي العام فى أمريكا هو القانون ، وترتكز سيادة الدولة على الرأي العام وهو أساس أنظمة الحكم وهو الذى يعين وظائف الدولة الرسمية ويملى عليها ما تتخذه من قرارات ؛ وهذا صحيح من الناحية النظرية ، ولكن الواقع هو أن الشعب الأمريكي يساق كالقطعان إذا نجحت دعاية حكومته فى توجيهه ، بشرط ألا تفرض عليه هذه الدعاية فرضا .

ونشاط الأمريكان في الدعاية التجارية معروف ، وتتسم دعايتهم السياسية بهذا اللون من الاعلانات ، وهم يطبقون القواعد العلمية والفنية فى دعايتهم التى تنجح فى بلادهم لأنهم

بفطرتهم يقفون غالبا موقفا سلبيا من الأحداث ، حتى يظهر القائد أو الحاكم الذى يدلهم على الطريق ، وبالرغم من أن الحرية الشخصية غالبة فى الولايات المتحدة الأمريكية إلا أن استقلال الرأى هناك ضئيل ، واختلاف وجهات النظر محدود ، وكما تنتج الولايات المتحدة الأمريكية السيارة بالجملة ، يفكر أبناؤها بالجملة ، وهذا هو السبب فى ضعف استقلال الرأى هناك .

ومن خصائص الرأى العام الأمريكي الذبذبة وعدم الثبات على حال، فالشعب الأمريكى سريع الانفعال ،وتستهويه الدعاية بسهولة ، بشرط أن تكون متقنة فى الاخراج والصناعة ، حتى وإن كانت دعاية مبتذلة ، ولا أدل على ذلك ، من أن انجلترا قد استطاعت ، بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة أن تسقط الرئيس ولسون فى انتخابات رئاسة الجمهورية على الرغم من أن ولسون هذا هو صاحب النقط الأربعة عشر التى كانت مفخرة الأمريكيين والمثل الظاهر في السنوات الأخيرة موقف الشعب الأمريكي من قضية فلسطين ونجاح اليهودية الدولية فى التسلط عليه ، فتعد الولايات المتحدة الأمريكية أخصب تربة للدعاية ، وتستطيع الدعاية البارعة أن تغزو الرأي العام الأمريكى وتوجهه الوجهة التي تراها وتسلبه وعيه ومنطقه ، ومع ذلك يتظاهر الرجل الأمريكي بغير هذا ويدعى أنه يستطيع أن يقود غيره .

* * *

ولا نستطيع أن نقول ، كما تقول أبواق الدعاية ، إن الديموقراطيات تكفل الحرية الكاملة لشعوبها ، وإن أنظمتها قائمة على أسس من الحرية الحقة ، فقد تكون فى بلاد الحكم الديموقراطى عبودية مستترة لا تقل فى وطأتها عما يفرضه نظام الحكم المطلق ، وإنما الخاصية الهامة للدعاية فى البلاد الديموقراطية هي أن الدولة لا تحتكر الدعاية وتترك للأفراد والهيئات القيام بالدعاية ، وذلك مع قيود شديدة تفرضها فى أزمنة الحروب وفي الأوقات الاستثنائية .

وفى فرنسا نص فى قانون سنة ١٨٨١ على حرية الصحافة، وظل هذا القانون نافذ المفعول إلى أن قامت الحرب العالمية الثانية ، وبعد الحرب العالمية الثانية اضطرت فرنسا لأن تعصف بهذه الحرية لاعتبارات عليا رأتها ، فحكومة فرنسا المؤقتة برئاسة الجنرال ديجول ، أصدرت قوانين من شأنها مصادرة كل صحيفة صدرت فى ظل الاحتلال والاستيلاء على مطابع تلك الصحف وأموالها ، وما زالت هذه القوانين معمولا بها حتى الآن ، بل إنهم ذهبوا إلى ما هو أبعد من ذلك ، فحرموا على الكتاب الذين اتهموا بممالأة الاحتلال والعمل في ظله أن يكتبوا لشعب فرنسا مرة أخرى . وهذه القيود التى فرضت بالنسبة للذين اتهموا بمعاونة العدو لم تمنع من النص على حرية الصحافة فى الدستور الجديد . ومع ذلك تتسلط الحكومة على الصحافة عن طريق إدارات رسمية

بطرق خفية وخصوصا فى المسائل الخارجية وهناك إدارات بعينها فى وزارة الخارجية الفرنسية مختصة بهذا الجانب فى حياة فرنسا الصحفية . وهذا لا يمنع الفرنسيين من التغنى بحرية الصحافة والقول أنها تقليد فى بلادهم .

وفى بريطانيا تتمتع الصحافة بنصيب من الحرية أكثر منها فى أى بلد آخر بل أنهم يعتبرون حرية الصحافة أساس الحياة السياسية وأنظمة الحكم فى المملكة المتحدة وهذا لا يمنع من القيود التي فرضها القانون لغرض واحد هو منع إعلان الأخبار الرسمية التي تعتبر من قبيل الأسرار ، ولبريطانيا سياسة علنية وسياسة سرية وهذه السياسة السرية قد تعرفها الصحافة ولكن إماطة اللثام عنها جرم كبير والعقاب عليه شديد ، ولم نسمع عن حالات خالف الانجليز فيها ذلك القانون فصحافتهم تتمتع بدرجة من الوعى ، تقوم مقام القانون وبريطانيا تتمتع بنظام برلمانى عريق ومتأصل منذ مئات السنين ، والنظام الحزبى هناك مستقر ومعروف ، وتبدو المعارضة ، كأقوى ما تكون بداخل مجلس العموم ، ويتردد صدى هذه المعارضة فى الصحف كما أن هناك صحفا تعارض الحكومة إلا أن لهذه المعارضة حدودا تقف عندها من غير قانون ، فهناك مسائل لا يختلفون عليها وهى المتصلة بسياسة بريطانيا البحرية والسياسة البريطانية الاستعمارية ، وقد يتفق حزب المعارضة مع الحكومة خارج اجتماع مجلس العموم على

إلقاء بيانات فى صيغة معينة أو تقديم استجواب على نحو معين ، ويكون الخلاف فى وجهات النظر مجرد مسرحية يراد بها التأثير على العالم الخارجى وإنما تحبك هذه المسرحية بمعرفة الموظفين الدائمين بوزارة الخارجية البريطانية وهناك أسرار لايمكن بأية حال أن ترد على ألسنة رجال المعارضة ؛ خذ مثلا علاقة بريطانيا مع ألمانيا النازية قبل الحرب العالمية الثانية ، كان الانجليز يعرفون أن هتلر يمقت تشرشل كما يمقت العابد الشيطان ، فكان تشرشل إذا تصدى لمهاجمة ألمانيا فى بعض الأوقات وهو يجلس فى كرسي المعارضة ، يستهدف لحملات شديدة وهجوم عنيف من أنصار الحكومة ثم يخرج من الجلسة ليرأس اجتماع إحدى اللجان البحرية أو الحربية وهى تلك اللجان التي كانت تعد الكفن لألمانيا ، وخذ مثلا البيانات التى ترد على ألسنة بعض زعماء حزب العمال أخيرا فى نقد سياسة المحافظين وتشبثهم بقناة السويس وهذه البيانات يتفق عليها فى وزارة الخارجية البريطانية كمسكنات وقتية للرأى العام فى بلادهم ، والنفاق السياسى فن نبغ فيه الانجليز من زمن بعيد .

والانجليز قد يخالفون حكومتهم فى سياستها الداخلية ، ويضيقون ذرعا بالقيود التموينية التى تفرضها عليهم مثلا ، ويتبرمون بفداحة الضرائب التى تأكل رؤوس أموالهم ، ومع

ذلك لا يزيد هذا السخط عن نقد هادئ يقال فى المجالس الخاصة ، مع الطاعة التامة للحكومة وللقانون ، بغض النظر عن رأى كل فرد فى الحكومة أو فى القانون . والصحافة البريطانية لا تجنح أبدا إلى العنف فى انتقادها لسياسة الحكومة وليس من عادتها أن تحمل عليها حملات شديدة لاذعة بل تعمل الصحافة المؤيدة والمعارضة على تيسير مهمة الحكومة ولا تقيم وزنا للمصلحة الحزبية ، والصحافة فى انجلترا مهنة تجارية رابحة ، لا لأنها صحافة مرتشية أو مأجورة ، ولكن لأنها شديدة الرواج فكل بيت فى بريطانيا يقرأ على الأقل صحيفة أو اثنتين ، ولذلك تطبع كل من جريدتى « الديلي هيرالد » و « الديلى ميل » يوميا مليونى نسخة على الأقل ، وتطبع جريدة « نيوز أوف ذاورلد » سبعة ملايين سخة .

والشعب الأمريكى حريص على مجاراة أبناء عمومته الانجليز فى أمور كثيرة ، ومنها استقلال الصحافة بالنسبة للحكومة ويطالب دائما باعطاء الصحافة كل الضمانات التى تكفل هذا الاستقلال وقد وضعوا هذه الضمانات مبكرا فى دستور سنة ١٧٩١ ومنذ الثلث الأخير من القرن الماضى لا توجد صحيفة واحدة فى الولايات المتحدة الامريكية تعد لسان حال الحكومة أو تتبع السلطات الرسمية ، وللأحزاب صحف ، كما هو الحال فى بلاد كثيرة ومع ذلك لا يستطيع الحزب الحاكم أن يقدم وهو فى الحكم أية معونة

من الدولة للصحف التي يملكها ، وقد أرسى القضاء الأمريكي دعائم استقلال الصحافة عن الحكومة ، وأعطي بأحكامه حريات واسعة للصحافة ، وضرب بشدة على يد أية حكومة حاولت المساس بهذه الحرية بطريق مباشر أو غير مباشر واعتبرت هذه الأحكام أن أى إجراء أو قانون يحد من حرية الرأي عمل غير دستورى ، وفى تفسير هذه الحرية قال القضاء الأمريكي فى عديد من أحكامه أن لكل صحيفة الحق فى الوقوف على الأخبار من مصادرها الرسمية ولا تستطيع هذه المصادر أن تأبي عليها ذلك وإلا كان تصرفها غير دستورى ، والمبدأ الراسخ فى الولايات المتحدة الأمريكية هو أن الصحافة هى الممثل الشرعى للرأى العام ولهذا الممثل الشرعى حرية لا تحد وحقا لا يقيد فى المشاركة فى إدارة شئون الوطن ، إذ الصحافة مسئولة عن مستقبله .

ولكن الحرية السياسية ليست هى كل شيء فى حياة الصحافة ، فالديموقراطية التي استطاعت أن تحرر صحافتها من سلطان الحكومة قد عجزت عن تحريرها من الرأسمالية ، وفشلت فى كفالة الحرية الاقتصادية والصحافة في تلك البلاد وخصوصا في الولايات المتحدة الأمريكية مطية ذلول لأصحاب رؤوس الأموال ، وبتعبير آخر لليهودية الدولية التى تهيمن على البنوك ، كما تهيمن على سوق الأوراق المالية ، وتنام فوق الذهب المكتنز تحت أقبيتها .

في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ عدد الصحف اليومية ألف وسبعمائة صحيفة ، تطبع أربعين مليون نسخة في اليوم ، وتعد مؤسسات تجارية ، تسعى وراء الربح ، فلا يعنى مدير سياسة الجريدة هناك أن يدعو لفكرة ، تكرس لها الصحيفة حياتها ، أو أن يتخذ موقفا معينا في الخصومات السياسية فيؤيد الحكومة أو يعارضها ، ولكنه يقدم للقراء كل يوم مائة أو مائة وخمسين صحيفة محشوة بالمعلومات الطريفة ، التي تستهوي القارىء ، فيقبل على قراءة الصحيفة باستمرار ، وتهتم الصحيفة بالحصول على نصيب كبير من الاعلانات التجارية ، ويخصصون صحيفة واحدة لمقالات الرأى ، وتسمى الصحيفة الافتتاحية editorial page وقليل من القراء هم الذين يهتمون بهذه الصحيفة ، وإنما يفضل القارىء باب الفكاهة في الصحيفة Comics ، وبدلا من أضاعة الوقت في قراءة مقال سياسي ، يطيب للقارىء الأمريكي أن يقرأ النصائح التى تسديها إليه الصحيفة في باب التدبير المنزلى ، والطهى والمائدة ، وغسيل الملابس ، وما إلى ذلك ، مما نعده تافها ، ولا نستطيع أن نفسر ذلك إلا بأن الشعب الأمريكي قد أتخم بالنعمة ، فأصبحت الكماليات بالنسبة لنا ، من مستلزمات حياته ، وهذا لا يمنع ، طبعا ، من متابعة القارىء ، لسير الحوادث العالمية ، ولهذا الشعب كتابه الذين يقبل على قراءة ما تجود به قرائحهم ، وهؤلاء يجب أن يكونوا ممتعين بشهرة عالية ، مثلهم مثل كبار الممثلين والممثلات ، من نجوم الشاشة البيضاء ، فالسيدة

« دورثى طومسون » والكاتب « والتر ليبمان » يكتب أيهما مقاله ، فينشر المقال في وقت واحد ، فى عشر صحف يومية على الأقل .

ولا تتمتع الصحافة ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، بنفوذ كبير لدى الجمهور ، وتأثيرها على الرأى العام السياسى محدود ، فقد شنت حملات على روزفلت لاسقاطه في الانتخابات ، وباءت هذه الحملات بالفشل ، وكذلك شنت حملة صحفية كبيرة ضد « هارى ترومان » لاسقاطه فى سنة ١٩٤٨ ، ومع ذلك أعيد انتخابه رئيسا للولايات المتحدة .

وتبدو سيطرة رجال المال على الصحافة الأمريكية ، فى سياسة الاحتكار ، ذلك أن عددا من دور النشر يحتكر الصحافة ، فهناك ستة وخمسون دارا تملك أكثر من ثلاثمائة صحيفة يومية كبيرة ، ويحدث أن دارا واحدة تملك عشرين صحيفة يومية ، ومن هذه الدور « هيرست » Herrst و « جانيت » Gannet و « سكريبس ـ هوارد » Scripps - Howard ، وهذا الاحتكار يؤثر على الفكر السياسى ، ويتنافى مع المبادىء الديموقراطية . وقد فشلت الجهود التى بذلت لعلاج هذه الحالة .

ولهذا الاحتكار والتركيز مثيل فى بريطانيا ، بل إن شركات الصحافة البريطانية أقوى شوكة من زميلاتها الأمريكية ، فنى بريطانيا لوردات الصحافة ، وهم « روزرمير »

Rothermere و « بيفربروك » Beaverbrook
و « كامروز » Camrose و « كيمسلاوى» Kemslay
وكل واحد من هؤلاء يحتكر عشرات الصحف اليومية
والمجلات الأسبوعية والشهرية والمطبوعات الدورية . وباستثناء
جريدة « التيمز » Times التى تعتبر مستقلة طبقا لنظامها
الأساسى ، وصحيفة « المانشستر جارديان » Manchester
Guardian وصحيفة « نيوزكرونيكل »
News Chronicle ، اللتان تدعيان أنهما مستقلتان ،
نستطيع أن نقطع بأن الصحافة البريطانية خاضعة لاحتكار
عصابة من الرأسماليين . وهذه الحالة الصارخة أثارت مناقشة
حادة ، فى مجلس العموم ، فى سنة ١٩٥٠ ، وتألفت لجنة تحقيق
برلمانية لدراسة هذه المشكلة ، وانتهت المناقشة ، عند هذا
الاجراء .

وفى فرنسا ، توجد شركات للصحافة ، ليست على غرار
الشركات البريطانية والأمريكية ، ولكن الحكومات الأجنبية ،
وفى مقدمتها حكومة انجلترا ، تشترى أسهم بعض الصحف
الكبرى ، فتتسلط عليها ، ومنذ أن وضعت الحرب العالمية
الثانية أوزارها ، يشتد خطر الاحتكار والتركيز فى فرنسا ،
وتموت بعض الصحف تباعا ، لأن مواردها لا تكفيها ،
وخصوصا إذا كانت من صحف الرأى التى تعتمد على عطف
القارىء وأريحيته ، والصحف هناك تمد يدها لوزارات

الخارجية ، وللحكومة عموما ، وتحصل على إعانات تحت ستار الاشتراك ، وبعضها يعتمد على ميزانيات الأحزاب التي تصدرها ، وتستمرىء بعض الصحف وبعض الصحفيين الرشاوى التى تقدم إليها من السفارات الأجنبية ، لاصدار أعداد خاصة عن بعض البلاد أو كتابة مقالات ، بغرض الدعاية ، بشرط ألا تتعارض مع سياسة فرنسا الخارجية ، وتستغفل بعض بلاد الشرق الأوسط ، وتحصل منها على مبالغ لا يستهان بها ، ولا تحقق الفائدة المرجوة ، لأن القارىء الفرنسى ذكي ، ويكشف مقالات الدعاية بسرعة ، فلا يقرأها ، أو يتسلي بها ، وهو ساخر . وكلما أعطيت هذه الصحافة مالا ، قالت هل من مزيد ، وإلا فالجفوة والمقاطعة ، أو الهجوم وحملات التشهير ! !

* * *

وتعانى السينما في فرنسا مشقة كبيرة ، فهى لا تقدر على منافسة صناعة الأفلام الأمريكية ، وذلك لأنها لا تملك الموارد المالية والامكانيات المادية التى تساعدها على التصدى للفيلم الأمريكي ، كما أن المشرع يقف موقفا سلبيا ، ولم يمنحها الحماية اللازمة . ويقتصر دور الدولة فى السينما على رقابة الأفلام ، رقابة تستهدف الدفاع عن مصالح فرنسا الكبرى ، وحماية الآداب ، ومنع الاسفاف ، فى إثارة الغرائز . وقد

فقدت السينما الفرنسية بعض استقلالها لما تأسس «المركز الوطني للسينما» Centre National de la Cinematographie ، وهو مرفق من مرافق الدولة ، يقوم بصنع أفلام إخبارية ، وأفلام علمية أو ثقافية ، وتساهم الدولة في موارد هذا القسم ، ونفقاته ، ولا تبشر صناعة السينما الفرنسية ، فى مجال المنافسة الدولية بمستقبل كبير .

والاذاعة اللاسلكية الفرنسية ، تعانى نفس المتاعب ، فصوتها ، خارج فرنسا ، يوشك أن يضيع ، ولا يرتفع إلي جانب الاذاعات البريطانية والأمريكية والروسية مثلا . ومنذ قيام الحرب العالمية الثانية احتكرت الحكومة الفرنسية محطات الاذاعة اللاسلكية ، ولكنه احتكار ديموقراطى ، وتتمتع الادارة المشرفة عليه بشيء من الاستقلال الذاتى ، ولكن هـذا الاستقلال لايمنع من تأثر الاذاعة بسياسة الهيئة الحاكمة .

ولكن اتحاد الاذاعة البريطانية ، يلعب دورا خطيرا ، فى رفع المستوى الثقافى للشعب ، وصقل روحه الوطنية ، وتدعيم ثقته بنفسه ، وكذلك في خدمة السياسة البريطانية ، والدعاية لها فى العالم .

وتعتبر الاذاعة البريطانية ، من الناحية النظرية ، وسيلة دعاية فى يد الحكومة . والاتحاد يعتبر مؤسسة عامة ، أنشئت بمرسوم ملكي ، ويشرف على إدارتها مكتب يتألف من

خمسة محافظين ، تعينهم الحكومة لمدة خمس سنوات ، بقرار يصدر من مجلس الوزراء،ويعاونهم عشرون لجنة استشارية .

ولا يعد اتحاد الاذاعة مؤسسة تجارية أو مرفقا عاما ، وإنما هو إدارة تتمتع باستقلال ذاتى ، وتعتمد ماليا على ضريبة الراديو ، وعلى الاعلانات التجارية . ولم يكن الغرض من إنشاء الاتحاد الحصول على الربح ، وقد نص فى نظامه الأساسى على أنه بمثابة « وكيل عن الأمة » ، وهذا التعبير رسم سياسته العامة ، وحدد اختصاصه ، وكذلك حدد العقد صلته بالوزير المسئول Post master general ، وهو الذى يشرف عليه ، ويسأل عن الاذاعة أمام البرلمان .

والأصل هو تمتع الاذاعة البريطانية بحرية مطلقة فيما عدا قيدين يردان على هذه الحرية ؛ والقيد الأول هو التزام الاذاعة اللاسلكية باذاعة أى برنامج أو أخبار تطلب الحكومة إذاعتها ، والقيد الثانى هو أن الوزير المختص له حق الفيتو ، الذى يستعمله بالنسبة لأى برنامج أو جزء من برامج الاذاعة، والاذاعة اللاسلكية على اتصال دائم بمجلس الوزراء للاتفاق على البرامج ، والتفاهم يجرى بين الهيئتين فى جو مشبع بالحرص على مصالح البلاد العليا ، حتى أن حق الفيتو لم يستخدم قط . وتشتد الرقابة فى أوقات الحروب والأزمات السياسية . فالاذاعة اللاسلكية البريطانية مؤسسة وطنية تعمل لحساب الشعب البريطانى ، وهى لاتقف خارج

حلبة السياسة ، بل تشترك فى مناقشة المشكلات السياسية الحيوية ومعالجتها، بأسلوب ثقافى ، لاينحاز لفريق أو لآخر. وفى أوقات المعارك الانتخابية ، تمنح الاذاعة اللاسلكية للأحزاب وللمرشحين فرصا متكافئة ، وتعاملهم على قدم المساواة التامة ، بغض النظر عن لون الحكومة ، وتعقد مساجلات وحوارا بين النواب المتنافسين ، وتعطى المستمعين صورة واضحة لمختلف وجهات النظر ، ومن خلال هذه المساجلات الطريفة ، تذيع نشرات الأخبار ، وتعلق على الموقف بمنتهى الحيدة والحذر . وقد وصلت هذه الاذاعة من حيث مستواها الفني ، وقوة المذيعين ، وحسن الاخراج ، والثقافة الممتازة ، إلى مستوى رفيع ، جعلها صرحا من صروح بريطانيا التي تعتمد عليها في حياتها الدولية .

وتبذل بريطانيا جهد المستميت فى صناعة السينما واستخدامها كوسيلة دعاية . وقد تصدى لهذا العمل رجل واحد من رجال الأعمال ، اسمه « سير آرثر رانك » Rank وقد بذل أموالا طائلة ، ليرفع مستوى السينما الانجليزية ، ويتغلب على منافسة الفيلم الأمريكى ، وكان هدفه القيام بواجب وطني ، بجعل السينما سفيرا متنقلا لبريطانيا بين أرجاء العالم كله . وقد أثمر جهده ، وحصلت انجلترا ، على نتائج ، لابأس بها .

أما الولايات المتحدة الأمريكية ، فقد أضافت إلى السينما

محطات أجهزة التليفزيون . ولديها من هذه المحطات أكثر من ألف محطة إرسال ، وفى البيوت مالا يقل عن مليون جهاز تليفزيون . ويقدرون نسبة الذين يواظبون على الاستماع للاذاعة يوميا بأكثر من ثمانين فى المائة من السكان ، والاذاعة كالصحافة مصابة باحتكار الرأسمالية ، فهناك أربع شركات تمتلك محطات الاذاعة ، وهذه الشركات هى :

(1) National Broadcasting Company
(2) Columbia Broadcasting System
(3) American Broadcasting Company
(4) Mutual Broadcasting Company

وكل واحدة من الشركات المذكورة تهيمن على عدد يتراوح بين مائة وخمسين وثلاثمائة محطة إذاعة لاسلكية . وتتصل هذه المحطات بخطوط تليفونية مباشرة ، تسمح لها باذاعة برنامج ما ، من جميع المحطات ، فى وقت واحد .

وتستغل الشركات الخاصة المشار إليها محطاتها اللاسلكية ، فى ظل قانون المنافسة الحرة ، والاعلانات التجارية ، هى أهم الموارد التى تعتمد عليها ، وفى سنة ١٩٤٤ ، بلغ إيراد محطات الاذاعة من تلك الاعلانات أكثر من ثلاثمائة وستة وثمانين مليونا من الدولارات .

وبسبب التقدم الفنى الهائل الذى بلغته هذه الاذاعة ، وتأثيرها القوى على الرأى العام ، اضطرت حكومة الولايات

المتحدة الأمريكية أخيرا ، للتدخل فى موضوع الاذاعة ، فشكلت لجنة اسمها Federal Communications Commission ، لتنسق عمل الشركات المختلفة ، بحيث يكون متمشيا مع حاجات الشعب ، محققا لمصالحة ، وهذه اللجنة هي التي تمنح التزامات استغلال الاذاعة ، وتحدد طول الموجات وتراقب نشاط الشركات . ووضعت تشريعا يمنع الاحتكار ويخفف من غلوائه ، ويكفل المنافسة الحرة ، فى هذا المضمار .

واتخذت الاحتياطات المختلفة ، حتى تكون الاذاعة اللاسلكية فى خدمة الشعب الأمريكي وحده . وتتمتع الاذاعة اللاسلكية الأمريكية بشهرة عالية ، من حيث النظام والدقة الفنـــية ، والمستوى الثقافى . وقد سجلت فى تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية خدمات جليلة ، فى العصر الحديث ، إذ رفعت الروح المعنوية فى سنوات الحرب ، وأججت نيران الوطنية ، وحفظت وحدة البلاد ، وعالجت مشكلات سياسية واجتماعية دقيقة ، والشعب الأمريكي عبارة عن أخلاط من سلالات مختلفة ، وقد عرفت الاذاعة ، كيف ترضى كل هؤلاء ، وتجعلهم مواطنين أمريكيين ، قبل أى اعتبار آخر ، ولهـا برامج خالدة نذكر منها : «هذه أمريكتنا» و «جامعة شيكاجو حول مائدة» . وقبيل الحرب العالمية الثانية ، قامت محطات الاذاعة الأمريكية بالدعاية للخارج ، فى برامج خاصـة ،

وسلطت موجاتها القوية على بلاد أمريكا الجنوبية ، كما تسلطها الآن على أوروبا ، والشرق الأوسط ، لخدمة سياسة أمريكا الاستعمارية .

وأهمية السينما في حياة أمريكا ليست بخافية على أحد ، فالسينما تعد الثالثة ، في ترتيب الصناعات الأمريكية من حيث الأهمية . وتنتج الاستوديوهات الأفلام بالجملة ، وتغطى بها العالم كله ، والشعب الأمريكي من أكثر الشعوب ترددا على دور الخيالة ، ولكنه يفعل ذلك من باب التسلية ، ولا يطيق أفلام الدعاية . ومع ذلك لعب الفيلم الأمريكي دوره ، فى مزج العناصر المختلفة ، وصب أفكارها فى بودقة واحدة ، واستخدم الفيلم فى الدعاية السياسية والاقتصادية لأمريكا على أوسع نطاق . وفي الداخل استغلت الحكومة الأمريكية الفيلم فى مكافحة البطالة ، وفي علاج كثير من المشكلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

* * *

فى النظم الديموقراطية ، لا تنفرد الدولة بالدعاية ، فتقوم إلى جانبها هيئات سياسية واجتماعية ومهنية بمختلف أعمال الدعاية ، وحق تكوين الجمعيات ، يعتبر من الحقوق الأساسية فى البلاد الديمقراطية . وتلك الهيئات المختلفة ، هي التي توجه الرأى العام ، كما توجه سياسة الحكومة ، وتسمي فى البلاد الانجلوسكسونية Pressure groups .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، حزبان يتبادلان الحكم ، ويتنازعان النفوذ ، وهما الحزب الديموقراطى ، والحزب الجمهوري . وكل مواطن أمريكى يعتنق مبادىء واحد من الحزبين المذكورين ، وهناك هيئات تعنى بالمسائل الاقتصادية أو المهنية ، ومنها :

(1) Political Action Committee
(2) National Association of Manufact - urers
(3) Farm Bureau Federation
(4) National Council For the Prevention of the War.
(5) Association of the Advancement of Colored PeoPle.

وتلك المؤسسات تستغل مختلف أساليب الدعاية ووسائلها ، فتستخدم الصحافة والسينما والراديو والمدرســـة فى خدمة الأغراض التى من أجلها تأسست تلك الهيئات . ولها من الموارد والامكانيات ما تستطيع به أن تقيم البلاد وتقعدها بالدعاية لرأى معين أو خطـــة أو برنامج ، فتعقد اجتماعات ومؤتمرات كبيرة ، وتحاول أن توحى بأنها تعبر عن الرأى العام . وكثيراً ما تتمكن من حمل الحكومة على الاستجابة لهـا ، والنزول على إرادتها . ويعتمد نجاحها على ما يكون لديها من البيانات والوثائق والبراهين المقنعة ، كما يعتمد على قوة الدعاة ومهارتهم الفنية ، وشخصياتهم الممتازة ، التى تحمل

على الوثوق بهم ، ويقع الاختيار على هؤلاء عادة ، من بين أعضاء الكونجرس القدامى .

والأعمال التي تقوم بها هذه التشكيلات تفيد المشرع إلى حد بعيد ، لأنها إذا تناولت مسألة ، تتوفر على دراستها ، قبل القيام بالدعاية ، دراسة فنية عميقة ، فيجد الشارع بين يديه ذخيرة من البيانات والوثائق والآراء الصائبة التي يعول عليها . ولكن خطر هذه الدراسات ، هو أنها قد تنحرف عن جادة الصواب ، إذ تدس عليها من ذوى المآرب الخبيثة معلومات أو وثائق مزورة ، وقد تصبح هذه المنظمات من القوة والخطورة بحيث تنازع الدولة فى سيادتها ، وتشاركها فى وظائفها .

وقد أنجبت هذه الهيئات الشعبية رجالا تخصصوا في الدعاية ، واحترفوا هذا الفن ، فاشتغلوا مستشارين للرجال العموميين ، ويسمون Public relations Counsellers وهؤلاء يقدمون استشاراتهم لقاء أتعاب يتقاضونها ، وكذلك يقدمون هذه الاستشارات للتجار ورجال الأعمال ، ويعزون نجاح روكفلر ، لجهود أحد هؤلاء المستشارين ، واسمه « إيفى لى » Ivy Lee . ومن قبيل ما يقوم به مثل هذا المستشار دراسة الأسباب المؤدية إلى فشل أحد الرجال العموميين أو عدم ذيوع وانتشار صنف من البضائع ، وتعرف حالة الرأى العام بكل دقة والوسائل المؤدية للشهرة والنجاح ، وقد يسدى لرجل سياسى نصائح ويعطيه توجهات

للملاءمة بين برنامجه وسياسته وبين استعداد الرأى العام واكتساب عدد من الأنصار له ، وقد يربط اسم عميله باحدى المؤسسات أو الجمعيات الخيرية الذائعة الصيت أو بعمل إنسانى كبير بغية التأثير على الجماهير .

ولهذه المنظمات مثيلاتها فى بريطانيا ، ولكن المنظمات البريطانية أقل نفوذاً من زميلاتها الأمريكية ، ذلك لأن السياسة الأمريكية تخضع لنفوذ رجال الأعمال وللنشاط الخاص . والانجليز أكثر من غيرهم من الشعوب إقبالا على تكوين الجمعيات والأندية والهيئات المختلفة ، ذلك لأن الرجل الانجليزى إذا ما أراد أن يتخذ قراراً فى مسألة ما ، يحب دائماً أن يستأنس بآراء أمثاله ، ، وهذه الصفة هى التى تغريهم بتكوين الجمعيات والتخلف إلى الأندية والاتصال بالمجالس واللجان المختلفة ، خصوصا كلما أريدت الدعوة إلى الاصلاح أو إلى رأى معين ، فصاحب الرأى أو الفكرة يدعو إلى تشكيل لجنة أو هيئة أو يتصل بلجنة أو هيئة قائمة ليروج لرأيه أو فكرته عن طريقها . ولبعض المنظمات صفة شبه رسمية ، ومن قبيل ذلك الجمعية الوطنية لحماية الطفولة ، وهناك مؤسسات كثيرة تابعة لأحزاب سياسية ، ومنها النقابات واتحادات العمال المتفرعة عن حزب العمال البريطانى ورابطة الملاك التى تعتبر قوة جبارة فى جهاز حزب المحافظين والهيئات الصناعية والتجارية والزراعية والملاحية والمهنية عموما تقوم بالدفاع عن طريق البرلمان وعن طريق الرأى العام عن الطائفة

التى أسستها والمصالح التى خلقت من أجلها . وجميع تلك المنظمات سواء كانت مؤسسة لأغراض مثالية أو لغايات عملية، تباشر الدعاية بشتى ألوانها فتعقد المؤتمرات والاجتماعات وتنظم أحيانا مظاهرات وتتخذ كل ما من شأنه التأثير على اللجان البرلمانية وعلى الوزراء ، وقد يمتد نشاطها إلى خارج المملكة المتحدة .

ولا يوجد من هذه الجماعات في فرنسا إلا الهيئات المهنية ، فمنذ عشر سنوات تلعب النقابات دوراً خطيراً فى الحياة السياسية وعن طريق هذه النقابات تستطيع الطبقة العاملة المشاركة فى إدارة دولاب الحكم ، ولكن عضوية العامل في النقابة ليست فرضاً عليه ، ولذلك يقال إن النقابات لا تمثل الطبقة العاملة أصدق تمثيل .

ولا تتصل الأحزاب السياسية فى الولايات المتحدة الأمريكية وفي فرنسا ، بالجمهور إلا فى الفترات التى تقوم فيها بدعايتها الانتخابية ، فاذا ما انتهت المعارك الانتخابية يقل نشاط تلك الأحزاب واتصال أعضائها بالناس ، ولكن الأمر ليس كذلك في انجلترا ، فالأحزاب السياسية هناك معروفة ومستقرة من زمن بعيد ، وهى وثيقة الاتصال بالرأى العام والخلاف بينها هو اختلاف فى النظريات والآراء العلمية والاقتصادية ، ولا تكف هذه الأحزاب عن الاتصال بالرأى العام اتصالا ثقافيا ، فيصول أعضائها ويجولون فى مناطقهم

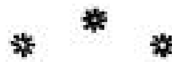
ويحاضرون ويخطبون ، ويعقدون المؤتمرات أحيانا ، وفى أحيان أخرى يقوم حزب من الأحزاب باستفتاء الرأى العام استفتاءاً شعبيا فى مسألة من المسائل وهذا الاتصال الدائم بين الأحزاب وبين الناس ، من الأسباب التى جعلت الأحزاب السياسية في بريطانيا أكثر استخداما لوسائل الدعاية وأكثر تخصصاً فيها من مثيلاتها فى البلاد الديموقراطية ، وأول من استخدم الفيلم السينمائى فى الدعاية هو السير «جوزيف بول» ، وكان ذلك فى سنة ١٩٢٧ ، وكان السير جوزيف المذكور رئيساً لقسم الدعاية فى المكتب الرئيسى لحزب المحافظين .

والانتخابات النيابية هى مجال الدعاية السياسية بالنسبة للأحزاب ولرجال السياسة ، ولكي نضرب مثلا ظاهراً لما يجرى فى الانتخابات فى البلاد الديموقراطية ، ونبين حدة معارك الدعاية فيها ، نذكر المعركة التى نشبت فى بلجيكا فى ربيع سنة ١٩٣٧ بين رئيس وزرائها « فان زيلاند » وبين رجل سياسى آخر يقال له «دى جريل» ، وكان «دى جريل» قد عرف بميوله النازية ، وأراد أن يستخدم الوسائل الهتلرية فى دعايته الانتخابية ضد « فان زيلاند » ، ولكن أنصار رئيس الوزارة استخدموا كل وسيلة فى الدعاية ، وكانت أساليبهم مبتكرة ، وقد غطوا بروكسل بلافتات كتبوا عليها عبارات مختلفة ومنها « ركس معناه الحرب » وركس هذا هو اسم حزب «دى جريل» ، منافس رئيس الحكومة ،

واستخدموا ضمن ما استخدموا الحيوانات ، فأخرجوا بعضها من حديقة الحيوان ، وعلقوا عليها اللافتات ، ومنها جمل كان يحمل لافتة كتب عليها « كل الجمال ستصوت فى مصلحة دى جريل » وطافوا في المدينة بحمار يحمل قماشا كتبوا عليه «سأنتخب دى جريل لأنى حمار ! ! » وهكذا من ضروب الدعاية الصاخبة التى ظلت المحافل السياسية فى أوروبا تتحدث عنها سنوات وقد انتهت بانتصار « فان زيلاند » على منافسه .

ومعارك الانتخاب في الولايات المتحدة الأمريكية ، هي المعارك التى تستخدم فيها الوسائل العلمية والفنية ، على أتم مايكون ، وتجرى الانتخابات هناك بين الحزبين : الجمهورى والديموقراطى ، وفى انتخابات رئاسة الجمهورية ، يتبارى هذان الحزبان، ويستخدم كل حزب خبراء الدعاية والاعلان والمستشارين واللجان التى لا حصر لها ويستعين كل حزب بالهيئات والمنظمات التى تناصره ، وبنفوذ رجال الأعمال ، والعناصر المختلفة التى يتألف منها الشعب الأمريكى وكل حزب يحاول أن يكسب صداقة اليهود وتأييدهم فهم القوة المرجحة لكفة فريق على آخر بما لهم من كلمة مسموعة فى دوائر المال والأعمال وبسبب هيمنتهم على الصحف ومواردها التجارية ، ويحاول كل حزب أن يلصق بالآخر أقصى الاتهامات ويقنع الرأى العام الأمريكى بأن مرشحة هو رجل الساعة الذى

ترنوا إليه الأبصار ، وفى انتخابات سنة ١٩٢٨ نجح الرئيس هوفر وكان تأييد فورد له من العوامل المرجحة ، وفى انتخابات سنة ١٩٤٠ كانت دعاية الحزب الديموقراطى فى تأييد روزفلت والفكرة القائلة بأن تغيير الرئيس والحرب قائمة يعرض البلاد لخطر محقق ، وكل وسائل الدعاية تعد فى هذه المعارك مثمرة ولكن أقوى الوسائل فى انتخاب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية ، هى تنقلاته فى سائر أنحاء البلاد ، وتحف به فرق من الدعاة من رجال السينما ورجال الصحافة ورجال الاذاعة ، وتطبع المنشورات بمئات الملايين وتعقد الاجتماعات فى سائر المدن والقرى وتقام أقواس النصر وتنظم المهرجانات وتغطى الجدران بالصور والاعلانات ، بل تغطى واجهات الحوانيت نفسها بصور المرشحين ويستعملون الأنوار ليلا ، وفى ذلك يتفنن الدعاة ويطوف أنصار الحزب بالمنازل ويتصلون بمواطنيهم فردا فردا ليتأكدوا من الثقة والتأييد وتعبىء الأحزاب كل قوى الدولة فى المعركة حتى تصبح الشغل الشاغل للأمة الأمريكية .



والدول الديموقراطية ، قد أخذت بحظ موفور ، فى مجال الدعاية خارج بلادها ، كما فعلت بلاد الحكم المطلق ، وترجع هذه السياسة إلى الحرب العالمية الثانية والسنوات

التالية لها إذ أنشأت كل دولة إدارة دائمة للدعاية ضمن دولابها الحكومي . أما قبل الحرب العالمية الثانية ، فقد كانت تصفى تلك الادارات الرسمية بعد أن تضع الحرب أوزارها .

ففى فرنسا ألغيت في سنة ١٩١٨ الادارات التي كانت تقوم بالدعاية للحرب فى الداخل أو فى الخارج ، واكتفت فرنسا في سنوات مابين الحربين العالميتين بنشاط دعائى محدود في المجال الدولى ، إذ اتسمت دعايتهم بطابع ثقافى ، وتنكرت تحت ستار توثيق الروابط الثقافية بالبلاد المختلفة ونشر الكتاب الفرنسى وخدمة السياحة والأغراض الفنية والرياضية ، وهذا لم يمنع من وجود إدارة صحافة واستعلامات بوزارة الخارجية الفرنسية كانت مهمتها تتبع مايكتب فى الصحف الفرنسية والأجنبية من المسائل التى تهم السياسة الفرنسية والاتصال برجال الصحافة والترويج للسياسة الفرنسية بواسطة شركة الأنباء الفرنسية وكانت تسمى « هافاس » وتزويد مراسلي الصحف والبعثات الدبلوماسية بالمعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والبيانات الخاصة بالثقافة ، ولكن تلك الادارة كانت تقوم بمجرد عمل روتينى وكان نشاطها ضئيلا حتى تعرضت وزارة الخارجية لحملات شديدة فى البرلمان بسبب هذا التقصير ، وشدد النواب عليها النكير فى سنة ١٩٣٨ ومع ذلك لم تحرك الحكومة الفرنسية ساكنا ، إلا حينما أصبحت أخطار الحرب

محققة ، واكفهرت سماء الحياة الدولية فحينئذ فقط فكرت في العدول عن طريقتها التقليدية التي كانت تعتمد على تقديم معونات مالية للصحف الأجنبية ، وفي ٢٩ يوليو سنة ١٩٣٩ صدر مرسوم بانشاء قوميسارية عامة للاستعلامات تعمل تحت إشراف رئيس مجلس الوزراء ، ولما أعلنت الحرب حولوا هذه القوميسارية إلى إدارة ضخمة جندفيها المتخصصون والمتطوعون لخدمة فرنسا عن طريق الدعاية وأصبحت هذه الادارة أشبه بماكينة حربية ضخمة ، وتركزت أعمال الدعاية السياسية في رئاسة مجلس الوزراء ، ولكن فرنسا أنشأت هذا الجهاز على عجل فكان ينقصه الخبرة والدراية الفنية كما كانت تنقصه الحمية والغيرة الوطنية المستنيرة التى لاتتأتى فى يوم وليلة ، وانهارت فرنسا فى سنة ١٩٤٠ فلم تتسع لها الفرصة لتقويم المعوج وإصلاح الخطأ ، ولما ظهر الجنرال ديجول على مسرح السياسة العالمية ، عني الفرنسيون الأحرار بموضوع الدعاية والاستعلامات ، وكانوا يعملون فى هذا المضمار بتكليف من الحكومة البريطانية وبتوجيه وإرشاد الحكومة المذكورة ، بل كانت دعاية الفرنسيين الأحرار فرعا من فروع أجهزة الدعاية البريطانية ، ولما تحررت فرنسا فى سنة ١٩٤٥ أنشأت وزارة للاستعلامات، ولكن سرعان ماعدلت عن ذلك واكتفت بوظيفة وزير

الدولة وهو المتحدث الرسمى بلسان الحكومة ويباشر فى الوقت نفسه إدارة الاستعلامات الملحقة بمجلس الوزراء .

ولكن الحكومة الفرنسية تقوم بالدعاية لأغراضها السياسية فى الخارج تحت ستار الثقافة وبوساطة وزارة المعارف ، وفى هذه الوزارة ستة إدارات تدعو لفرنسا فى الخارج دعاية مستترة وهى إدارة الآداب وإدارة المتاحف الوطنية وإدارة الانتاج الفني وإدارة التعليم الفنى والصناعى وإدارة الموسيقى وإدارة المحفوظات ومعها مكتبات الوزارة وتتعاون تلك الادارات المختلفة مع الادارة العامة للعلاقات الثقافية الموجودة بوزارة الخارجية الفرنسية وتحاول حكومة فرنسا أن تغزو الفكر العالمى بوساطة هذا الجهاز بالثقافة الفرنسية وتخلق فى كل بلد دعاة ومروجين لهذه الثقافة وتوفد إلى الخارج بعوثا من الأساتذة ورجال التعليم ، وتنفق فى هذا السبيل أموالا طائلة ولحكومة فرنسا فى مصر نشاط كبير فى الناحية الثقافية فلها مدارس فرنسية دينية وغير دينية ، ولها معاهد ، ولا شك أنها تستطيع عن طريق الثقافة أن تمهد لقبول النظريات السياسية الفرنسية ولفرض لون من ألوان التبعية الفكرية على بعض البلاد ، وهنا صحف تعمل لحساب فرنسا ، وعلماء أو أدباء تستخدمهم فرنسا فى هذا التبشير . وفى الوقت نفسه توجد إدارة

للصحافة بوزارة الخارجية الفرنسية كما توجد فى هذه الوزارة مكاتب للاستعلامات وتتعاون تلك المرافق مع بعض المؤسسات الخاصة ، كجمعية الصحافة المصرية الفرنسية فى الدعاية السياسية لفرنسا وفى القاهرة صحف يومية تصدر باللغة الفرنسية .

وكانت وزارة الخارجية الفرنسية إلى وقت قريب جدا مهيمنة على الصحف الفرنسية التى تصدرها شركة الاعلانات الشرقية حتى أن تلك الوزارة هى التى كانت تختار رئيس تحرير جريدة « البورص إجيبسيين » .

ولكن بريطانيا أطول باعا فى الدعاية السياسية فى العالم من غيرها من البلاد الديموقراطية ، والدعاية البريطانية ملازمة للمخابرات وللجاسوسية البريطانية فتوجد منظمة اسمها المجلس البريطانى وهى ذات صبغة ثقافية وتأسست فى نوفمبر سنة ١٩٣٤ بناء على طلب وزارة الخارجية البريطانية بدعوى الحاجة إلى تعريف العالم الخارجى بالحياة الانجليزية والمثل العليا للشعب البريطانى وكسب صداقة الشعوب عن طريق الثقافة البريطانية ، وتحاول انجلترا ، بهذه الوسيلة أن تجد لها أنصارا ومؤيدين ، فى سائر أنحاء المعمورة ، وأن تلقى فى روع الشعوب المغلوبة على أمرها ، أنها متفوقة بالعلم والثقافة الرفيعة ، فتنهار ثقة هذه الشعوب بنفسها ، وتتخذ لندن منارة لها ، وقد غطت العالم بشبكة من فروع هذا

المعهد ، ووجهت عنايتها الخاصة ، فى هذه الناحية لبلاد البحر الأبيض المتوسط ، وبلاد الشرق الأوسط ، وبعد المجلس البريطاني فى مصر ، مؤسسة استعمارية فاقعة اللون ومن الخير أن توصد أبوابها .

وهذه الدعاية الثقافية ، تعد عملا ثانويا بجانب الجهود الجبارة ، التي تبذلها وزارة الخارجية البريطانية ، ويختلط فن الدعاية البريطانية بالجاسوسية والمخابرات . ويقوم بهذا العمل الضخم مكتب متواضع للأنباء فى وزارة خارجية انجلترا News Department ، ولهذا المكتب وظائف ثلاث :

(١) الدعاية للسياسة البريطانية في داخل بريطانيا ، وفى سائر أنحاء العالم .

(٢) التعاون مع المجلس البريطانى والاشراف على نشاطه ، بحيث تكون الثقافة التى يروجها ملائمة لسياسة بريطانيا ومآربها الخاصة .

(٣) جمع الأنباء والمعلومات السرية الدقيقة ، بوساطة الملحقين الصحفيين ، وأقسام الصحافة والاستعلامات فى سفارات بريطانيا ومفوضياتها ، وجميع هيئاتها التمثيلية .

ولم تكتف انجلترا بهذا التنظيم فاستعانت بالاذاعة اللاسلكية B .B .C ، وكانت قبيل الحرب ، ترد منها على

حملات إيطاليا التى سلطتها على انجلترا ، وفى ٣ يناير سنة ١٩٣٨ ، أعدت تلك المحطة برنامجا يوميا باللغة العربية ، وبعد ذلك التاريخ بثلاثة أشهر ، أعدت برنامجا أسبوعيا باللغتين الأسبانية والبرتغالية ، ووجهت هذه الدعاية لشعوب أمريكا الجنوبية ، ودعمت أقسام الاذاعة الخارجية ، وضاعفتها ، حتي غزت القارة الأوروبية ، بموجاتها المختلفة .

وقلقت انجلترا من نشاط دول المحور ، ورأت أن الأمر جد ، لاهزل ، فاتخذت كل إجراء من شأنه ، جعل الدعاية عملا حكوميا ، وسلاحا قويا فى يد الدولة ، وبمجرد إعلان الحرب العالمية الثانية ، ظهرت للملأ وزارة الاستعلامات البريطانية . وكان رئيس حكومة انجلترا ، « نيفل تشمبرلين » قد أعلن فى ١٥ يونيو سنة ١٩٣٩ ، عن إنشاء إدارة دعاية جديدة فى وزارة الخارجية ، اسمها Department Offoreign Publicity ، وقرر فى بيان ألقاه بمجلس العموم ، أن هذه الادارة ، ليست إلا نواة لوزارة الاستعلامات ، المزمع إنشاؤها . ولما أنشئت بقيام الحرب أسندت إلى السير « صموئيل هور » ، وهو من وزارة الخارجية السابقين ، وعين فى منصب السكرتير العام لهذه الوزارة ، رجل من كبار الساسة الانجليز ، وهو « اللورد بيرث » Perth ، الذى كان سكرتيرا عاما لعصبة الأمم ، كما كان سفيرا لبريطانيا فى روما .

سلطت وزارة الاستعلامات البريطانية دعايتها على مختلف بقاع الأرض ، فى أثناء الحرب العالمية الماضية ، وكانت أطول باعا فى مصر منها فى غيرها ، وقد أنشأت عدة مكاتب، كانت تغذى جميع الصحف والمجلات المصرية بالأنباء والتوجيهات والمقالات والاعانات ، واستأجرت الأقلام ، وخصوصا أقلام كبار الكتاب ، وبعض رجال الأحزاب المنحلة ، وتصرفت فى الصحافة المصرية والاذاعة المصرية ، كما لو كانت هى الدولة المصرية ، وترك لها الحبل على الغارب ، ولم تحاول أية حكومة مصرية أن تنقذ البلاد من هذه الجاسوسية العلنية ، بل تسابق الكثيرون للحصول على الأموال الطائلة التى كانت تغدقها مكاتب الاستعلامات البريطانية فى القاهرة ، كما تسابق الدعاة من كبار الكتاب والأدباء والساسة ، فى خدمة بريطانيا عن طريق الاذاعة المصرية ، واستطاعت « دار . . . » المصرية للمصريين ، أن تبنى عمارة ضخمة بشارع ...، ونقل حديدها إلى مصر ، وكانت الحرب قائمة ، واشتريت آلات الطباعة ، وحصلت على كميات ضخمة من الورق، وكانت طائرات سلاح الطيران الملكى البريطانى ، تنقل مطبوعاتها الملونة ، لتوزيعها فى سائر أنحاء الشرق الأوسط ، وهذه الحالات الصارخة يجب أن تعالج علاجا يمنع تسلط السياسيات الأجنبية على هذه البلاد .

ولما وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها ، لم تبادر

بريطانيا بتصفية وزارة الاستعلامات ، لأنها مضطرة لمواجهة الحرب الباردة ، وكل ما هنالك أن هذه الوزارة قد تحولت إلى أجهزة تعمل فى السر وفى طى الكتمان ، بجانب الأجهزة الظاهرة للعيان ، وقد أنشأوا فى كل وزارة إدارة للدعاية تتصل بالصحف وبالصحفيين ، لمد الصحافة بما تحتاج إليه من البيانات الخاصة بنشاط هذه الوزارة ، ولتقوم بالدعاية الداخلية لأى مشروع ، كلما تطلب الأمر ذلك ، وتلك الأقسام ، تسمى أقسام العلاقات العامة ، وتنتظمها جميعا إدارة مركزية موحدة تشرف على كل فرع من هذه الفروع المختلفة ، وتنسق نشاطها جميعا .

وأما خارج الجزر البريطانية ، فقد استمر المجلس البريطانى الذى تقدم الكلام عنه ، يزاول نشاطه تحت إشراف وزارة الخارجية البريطانية وإلى جانبه إدارة أخرى فى تلك الوزارة اسمها إدارة العلاقات الثقافية وعملها مكمل لعمل المجلس البريطانى المشار إليه ، وفيما عدا ذلك ورثت وزارة الخارجية البريطانية وزارة الاستعلامات أو بعبارة أخرى أضحت وزارة الاستعلامات وزارة متنكرة تشتغل من باطن وزارة الخارجية البريطانية ، ولها فروعها المنبثة فى جميع أنحاء العالم ، وهى التى يشتغل بها الملحقون الصحفيون وضباط الاستعلامات وغيرهم .

وفيما عدا ديموقراطيات الغرب الاستعمارية التى ذكرناها ،

وتقوم البلاد الديموقراطية الأخرى بالدعاية السياسية في الداخل والخارج ، فمثلا أحست السويد أنها ذات مركز استراتيجي دقيق وأن الدعايات الأجنبية تسلط عليها ، فبدأت في سنة ١٩٢٨ بانشاء إدارة للصحافة في وزارة خارجيتها ، ثم أنشأت في سنة ١٩٣٥ بنفس الوزارة لجنة للاستعلامات يعاونها مجلس يشتغل بشئون العلاقات الثقافية مع العالم الخارجي ، وفي أغسطس سنة ١٩٣٩ أصدرت الحكومة قرارا بتشكيل لجنة وزارية لتبحث مشروع إنشاء هيئة رسمية للاستعلامات والدعاية وبعد أن رفعت اللجنة تقريرها أنشأ وزير الخارجية مجلسا استشاريا للصحافة ومكتبا للأنباء وهذا المكتب الأخير تحول في سنة ١٩٤٠ إلى وكالة أنباء رسمية تتضافر مع وزارة الخارجية ويشرف على هذا النشاط أساتذة الجامعات وبعض رجال القضاء العالي ، وبعض كبار ضباط الجيش وعدد من رجال وزارة الخارجية السويدية ومعهم ممثلو هيئة الاذاعة وشركات السينما . وقد ركزت السويد أهم جانب من نشاطها في الدعاية السياسية في وكالة الأنباء التي تقدمت الاشارة إليها ، ولهذه الوكالة أمانة عامة تسهر على هذا الجانب من النشاط في الداخل والخارج وإلى جانب الأمانة العامة قسم للاستعلامات وآخر للدعاية ، وتقوم الوكالة باذاعة البيانات الرسمية وتزويد الصحافة بالمعلومات وتأييد سياسة الحكومة ، وهناك قسم آخر للتربية الوطنية

أنشىء فى يونيو سنة ١٩٤٠ لمقاومة الدعاية الضارة ورفع معنوية الشعب ، وللوكالة فروع فى كل قسم إدارى من أقسام الدولة ويعاونها مجلس عام للثقافة وثلاثة مجالس للصحافة وللسينما وللاستعلامات ، وتقوم وكالة الأنباء السويدية بمختلف شئون الدعاية عن طريق الصحف والتحقيقات التى تجريها وجس النبض وتعرف حالة الرأى العام والتيارات التى تتجاذبه وتوجيه الحياة العامة فى الميادين الثقافية والاقتصادية والسياسية العمرانية وتكافح الحوادث والبذخ ودعاية التردد والهزيمة وما إلى ذلك ، وتطبع المنشورات والنشرات وتستعمل الاذاعة والسينما وتقرب ما بين طبقات المجتمع وتعد للمؤتمرات وللاجتماعات وما إلى ذلك ، وتعد هذه الوكالة مثلا أعلى بالنسبة للبلاد الصغيرة .

ولا يفوتنا ، قبل ختام هذا الفصل ، أن نوجه النظر إلى نشاط الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية، تحت ستار الثقافة والمكتبات وتستخدم الولايات المتحدة الأمريكية جاهها ونفوذها ، فتسخر لمصلحتها بعض أقسام الأمم المتحدة كاليونسكو ، وتحاول أن تصبغ البلاد التى تتسلط عليها بعقلية أمريكية وبالذوق الأمريكي .

ولا توجد دولة فى العالم صغيرة أو كبيرة إلا وتنفق أموالا وتقوم بنصيب موفور ، فى معركة الدعاية الدولية ، دفاعا عن نفسها ، أو ابتغاء مصالح سياسية .

الفصل التاسع

ماذا نصنع ؟

على ضوء المعلومات التى قدمناها ، نريد أن نعالج الحالة فى بلادنا ، فلا خير فى علم ، لاينفع فى تقويم المعوج ، خصوصا وأننا نمر بمرحلة انتقال ، تعمل الثورة فيها لتعبئة كل القوى النافعة ، في بناء دولة عظمي ، بعد الخلاص من ماض حالك رهيب .

وسنجعل الصراحة رائدنا ، فلا نحابى ولا نجامل ، بل نواجه الحقائق المريرة محاولين أن نصف الداء والدواء . وأول سؤال ، يعرض لنا ، فى موضوع دعايتنا السياسية :

هل كان فى مصر ، رأى عام ، قبل أن تعصف بها التيارات التى أفسدت حياتها السياسية ، وإن كان هناك رأي عام فما هى الأمراض التى اعترته ، وكيف يمكن التغلب عليها ؟

كان فى مصر وعي قوى ، ورأى عام مستنير ، وكان ثمرة ماض طويل ، وجهاد لم يتوقف قط ، فمنذ أن عصف السلطان سليم الأول باستقلال مصر ، وقتل «طوماى باى» ، آخر ملوكها ، فى سنة ١٥١٧ ، ظهرت فيها زعامة شعبية دينية ،

ولم تكف هذه القيادة المستنيرة ،عن إرشاد الناس ، إلى أمور دينهم ودنياهم ، واستنفارهم ضد الطغاة ، حتى تقلص سلطان الغزاة ، وأضحت علاقة مصر بدولة الخلافة العثمانية ، علاقة مشاركة فى اتحاد إسلامى ، وجزية تدفع ابتغاء مرضاة الله لخير المسلمين ، وطاعة للخليفة العثمانى ، الذى يحفظ الوحدة الاسلامية ، ويصون عراها ، واستطاعت مصر، بفضل علمائها القابضين على ناصية الرأي العام ، أن تهضم المماليك ، حتى أضحوا مصريين ، وأمكنها أن تحافظ على شخصيتها ، ومقوماتها الذاتية .

كان الأزهر الشريف ، منارة الوعظ والارشاد ، والتوجيه السليم ، وظهر فى القرن الثامن عشر جماعة الوعاظ ، وهم الذين كانوا على حظ كبير من الزهد والورع ، وكان الناس يتحلقون إليهم فى المســاجد ، ويستمعون لدروسهم ، التى تهديهم إلى خير السبل، وكلما ظهر طاغية ، وادلهم الخطب ، وكلما ارتكبت مظالم أو شاعت الفوضى ، كان هؤلاء الوعاظ هم القادة ، وكان لهم سلطان قوى عنـد الحاكم والمحكوم ، على الســواء ، لأنهم كانوا فوق الشبهات ، يحملون المشعل ، ولا يخافون فى الحق لومة لائم .

ولما نزلت جيوش بونابرت بهذه الديار فى سنة ١٧٩٨ ، اعترضها الرأى العام المصرى ، الذى تقوده زعامة طاهرة ، جمعت بين الدين والسياسة ، وكان السيد عمر مكرم ، مثلا

رائعا لقيادة الشعوب ، الحريصة على حريتها واستقلالها ، وتجلت فى مقاومة المصريين للغزاة ، آثار الحركة الفكرية ، التى عاشت طوال القرن الثامن عشر ، وكانت أقوى بكثير من الحركة الفكرية ، التى ظهرت فى فرنسا ، قبل الثورة . وقد استبسلت مصر ، في منازلة بونابرت ، حتى دوخته ، ولم تهادنه ، وسجلت فى صفحات البطولة والمقاومة الوطنية ، مالم تصل إليه أية أمة من تلك الأمم الأوروبية التى ساقها بونابرت ، كما تساق قطعان من الابل ، وأجلى الفرنسيون ، فى سنة ١٨٠٢ ، وسرعان ما تعرضت مصر لامتحان آخر ، على أيدى الانجليز ، فألقت عليهم درسا خالدا ، فى رشيد ، وطردتهم مدحورين فى سنة ١٨٠٧ ، وكان ذلك كله ، نتيجة الوعى الوطنى ، والرأى العام الذى رباه الوعاظ من قبل ، وقاده عمر مكرم وصحبه ، على خير مثال .

وبتولية محمد على أريكة مصر ، فى مستهل القرن التاسع عشر ، دخلت هذه البلاد فى مرحلة ، سلخت من حياتها مائة وخمسين عاما ، وهى المرحلة التى انتهت في ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ ، إذ قامت ثورة الجيش لتخليص البلاد من الحكم الأجنبى ، والقضاء قضاءاً تاما على آثار هذا الحكم الأجنبى البغيض .

وإذا كان التاريخ قد أشاد بمحمد على ، واعتبر حكمه نهضة وطنية ، أو وثبة فى حياة مصر الحديثة ، متجاهلا فضل الشعب المصرى ، إلا أن هذه الوثبة ، كانت وصاية فرنسية

مقنعة ، أريد بها استخدام محمد على ، وهو الحاكم الدخيل ، الذى دس على الحركة الوطنية ، فى غرضين :

الأول : مناوءة الدولة العثمانية ، وهى مركز الخلافة الاسلامية ، وإضعافها ، توطئة للأحداث التى جرت ، بعد عصر محمد على ، إذ فتح الباب على مصراعيه لحملات المرابين الأجانب ، على تركيا نفسها ، وعلى مصر وغيرها من البلاد الاسلامية ، منذ منتصف القرن الماضى ، وهى الحملات التى انتهت بخراب مصر المالى ، ومهدت لغزوها المسلح فى سنة ١٨٨٢ ، كما قضت على تركيا نفسها ، فزالت دولة الخلافة فى سنة ١٩١٨ ، وكذلك سلطت حملات المرابين على تونس ومراكش .

ومعروف أن محمد على قد استخدم الخبراء الفرنسيين عسكريين ومهندسين وغيرهم ، وأرسل البعوث العلمية إلى فرنسا ، ولم تكن فرنسا تريد خير مصر ، بل كانت تبيت لها وللدولة العثمانية ، ولذلك انهارت تلك الطفرة ، بعد محمد على مباشرة ، لأنها كانت نهضة فى ظاهرها ، ومعولا أريد به الفتك بدولة الخلافة ، فى الحقيقة ونفس الأمر .

الثانى : استخدام محمد على ، فى تحطيم الصخرة ، التى دوخت حملة فرنسا فى نهاية القرن الثامن عشر ، وهذه الصخرة هى المقاومة الوطنية والزعامة السياسية الدينية ، هى الرأى العام المصرى ، الذى خلفته حركة الوعاظ . وقد نجح محمد على

فى القضاء على هذا الرأى العام ، وتنحية الشعب المصرى عن إدارة حياته السياسية ، وإذلاله ، حتى يرى أنه مدين بحياته لولى النعم ، ويطيق ما يحيق به ، وما يجرى عليه .

وقد نكل محمد على بالسيد عمر مكرم ، حتى توفى فى منفاه ، وشرد أهل الرأى ، الذين يتقون الله ، فى السر والعلن ، وقرب المنافقين من أمثال المهدى العباسى ، ولم ينتـــه حكم محمد على إلا وقد اختفى صوت أى مصرى ، يستطيع أن يخاطب الشعب ، أو يستنفره لدفع ظلم ، أو مقاومة غزو ، أو عـدم قبول شىء مما جاء به الرجل الأبيض إلى مصر ، تحت ستار المدنية والعمران ، وأضحت الدولة المصرية ، أشبه بمزرعة ، ورثها محمد على لبنيه ، ولأعوانه ، ولغيرهم من الدخلاء .

قتل الرأى العام المصرى ، قبل حكم عباس الأول ، ومحمد سعيد ، وأضحت مصر كأرض فضاء ، لا مالك لها ، فسماها الأوروبيون « كاليفورنيا الجديدة » ، وهبطت عليها الطيور الجارحة ، من اللصوص والانتهازيين ، والذين جنوا بالاغتناء السريع ، ونجحت مؤامرة قناة السويس ، وارتكزت دعائم الحكم الأجنبى ، وتمت المأساة فى يوليو وأغسطس سنة ١٨٨٢ .

ولكن نسيم الحرية ، هب على هذه الديار ، فى أوقات الشدائد والمحن ، حينما زارها السيد جمال الدين الأفغانى ،

فى الثلث الأخير ، من القرن الماضى ، ولذلك ظهرت الحركة العرابية ، ولكنها أخفقت ، لأن الوعى السياسى المصرى ، كان قد انهار ، منذ أيام محمد على ، ولذلك استطاع الفساد السياسى أن يستمر ، على أيدى خلفائه ، إلى أن نجحت ثورة الجيش ، فى ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ .

* * *

ولكن الوطنيين ، شعراء وخطباء وحملة أقلام ، ممن حافظوا على العهد ، كان نصيبهم السجن أو المنفى ، أو الفقر والحرمان ، نتيجة اضطهادهم واضطهاد صحفهم ، وما تجود به قرائحهم ، وأنفق محمد فريد ، ثروته الطائلة ، فباع آلاف الأفدنة ، وباع العمارات ، ولم يبق على شيء من متاع الحياة الدنيا ، إلى أن لقى ربه ، مريضا معذبا ، فى سبيل وطنه ، فى ألمانيا ، فدخل جنته راضيا مرضيا .

وكان الوطنيون مهرة فى الدعاية لقضية مصر ، فى الداخل وفى الخارج ، يصدرون الصحف ، ويحررون النشرات ، ويعقدون المؤتمرات فى مصر وفى بلاد أوروبا ، ليسمعوا العالم كله ، صوت مصر ، وكان مصطفى كامل أول داعية سياسى لقضية الوطن ، فى المجال الدولى ، بل كان سفير مصر لدى العالم المتمدن ، حيث لم تكن لمصر سفارات أو قنصليات ، ومضى خلفاؤه على خطته ، لا يألون جهدا ، ولا يدخرون وسعا ، ولا يبخلون بمال ، أو حياة .

ولكن الدعاية المضادة، قد نجحت مستندة إلى الاحتلال تارة، وإلى القصر تارة أخرى .

ولما انطلقت ثورة سنة١٩١٩ من عقالها ، وهى الثورة ، التى كانت وليدة حركة مصطفى كامل وخلفائه ، كان المسرح السياسى قد خلا من قادة الشعب الحقيقيين ، فمحمد فريد ، كان قد آلى على نفسه ألا يرجع لمصر ، قبل أن يجلو منها المستعمر ، والباقون كانوا فى المنفى أو المعتقل ، فوثب إلى مكان الصدارة فجأة مؤسسو حزب الأمة ، وتلاميذ حزب الأمة ، ولهذا ضاعت الثورة ، كما ضاعت القضية .

ومن أجل ذلك فسدت الحياة السياسية ، وقامت هذه الأحزاب بدعايتها ، بالصحف ، والنشرات ، والخطب والاجتماعات ، واللجان الحزبية ، ولكنها تركت الجوهر ، وصارت المعركة بينهما ، جريا وراء كراسى الحكم ، وحياة برلمانية فشلت فى مقاومة الغاصب ، ودانت بالطاعة والولاء، لرئيس الدولة غير الشرعى ، الذي كان ركنا من أركان الحكم الأجنبى .

وإلى جانب هذه الدعاية السياسية الفاسدة المفسدة ، كانت هناك أبواق دعاية أخرى ، لاتتبع الأحزاب ، وإن ساومتها ، ونالت منها المنافع والحاجات ، وهذه الدعاية ، تظاهرت بالاستقلال عن المعركة الحزبية ، والحيدة التامة ،

إلا أنها راحت تدمر العقيدة الصحيحة ، وتشيع ألوانا من الالحاد السياسي ، والفكرى والديني ، وتمحوا ما استطاعت من فضائل الشعب وعاداته وتقاليده الكريمة ، وتحبب إليه بضائع المستعمر،تحت ستار ماسموه مدنية غربية أوحرية فكرية .

وتفننت هذه الصحافة فى مخاطبة الغرائز ، والنزول إلى الدرك الأسفل ، فأضحت أسرار البيوت تنشر كأخبار هامة وصور النساء عاريات أو شبه عاريات ، تطبع بالألوان ، وقصص الغرام ، تغزو القلوب ، وترحف على بناء الأسرة لتهده وتخربه ، وكل دعوة إلى الخلق أو الدين ، تقابل بالسخرية اللاذعة ، وتوصف بالرجعية ، وتطارد مطاردة ، وما دامت العقيدة الدينية ، فى سبيلها إلى الانهيار ، والوطنية المبنية على هذه العقيدة ، تعد تعصبا ورجعية ، وما دامت طرائق الغرب فى الحياة ، هى الغالبة على كل اعتبار ، فلم لاتستباح الرشاوى ، وتهدر الحرمات ، ويروج النفاق ، وقد صارت له أسواق ، تباع فيها الذمم ، وتشترى الألسنة والأقلام .

وبدلا من استثارة الشعب ، لمقاومة الغاصب ، وتربية روح الفداء عنده ، وتعويده على تقبل أى لون من ألوان الحرمان ، تفرضه المقاومة الوطنية ، وبدلا من تربية الرجولة نفسها ، أشاعت هذه الصحافة التي تسلمت زمام الحركة

الفكرية ، التحلل ، واستباحت الذبذبة ، ورغبت الناس فى قراءة مايثير الشهوة والغريزة ، وصرفتهم عن مطالعة الكتب المفيدة ، وزهدتهم فى الثقافة النافعة سياسية كانت أم غير سياسية ، وحببت إليهم المعارف السطحية الضارة ، وشغلتهم بمسائل أدخلت على الحياة المصرية وأقحمت عليها ، فمثلا تحت ستار ماسموه حرية المـــرأة ، وحقوق المرأة ، يتكلمون عن حق المرأة فى الانتخاب والتمثيل النيابى ، وتلك وأيم الحق نغمات استعمارية ، تصـــدر عن معامل الدعاية البريطانية والأمريكية ، لبلبلة الأفكار ، وإضعاف المقاومة الوطنية ، ومحو شخصية الأمة ، هذه الشخصية التى يجب أن تكون مستمدة من تاريخنا ، وإسلامنا ، وتقاليدنا ، وآلامنا وآمالنا .

والاحتلال من وراء هذه الحركات ، يرعاها ويشجعها ، حتى صرنا إلى زمان ، يتصدى لقيادة الحركة الفكرية أناس لمعت أسماؤهم فى الصحف والمجلات ، وهم لا يكتبون ، إلا بعد سهرات صاخبة ، وليال حمراء ، يتمرغون فيها فى أحضان الرذائل ، ومنهم من كانوا يسلون قراءهم ، بقصة غرامهم أو أوقات قضوها مع بنات الهوى ، ومنهم ملاحدة تستأجرهم دور الدعاية الأمريكية أو البريطانية لمهاجمة رجال الدين ، ومحاربة أية دعوة ، تنادى بالعودة إلى الدين ، ذلك لأن

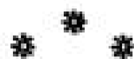
الاستعمار لايخاف إلا من الحركات السياسية ، التي تقوم على أساس من العقيدة الاسلامية .

* * *

ولما أعلنت الحرب العالمية الثانية ، ورأت بريطانيا ، أن تتخذ من القاهرة مركزا لدعايتها فى الشرق الأوسط ، وجدت التربة خصبة ، والظروف مهيأة ، فلم يكن من العسير عليها ، وقد أفسدت الحياة الفكرية فى مصر ، أن تستخدم دور الصحافة والنشر ، وتستعمل ماتريد استعماله من الأقلام والخناجر ، فسارت الدعاية السياسية ، بل جندت الصحافة والاذاعة ، طوال مدة الحرب ، لحساب بريطانيا وحلفائها ، وفرضت حكومات العهد البائد ، مراقبة الصحف والنشر لحساب بريطانيا أولا ، والملك الطاغية ثانيا ، والأحزاب الحاكمة ثالثا ، بل صارت اللغة البرلمانية دعاية سياسية لبريطانيا ، ومن يراجع خطب رؤساء الحكومات فى مضابط البرلمان ، يقرأ عجبا . وسخر الانجليز المسارح نفسها لحسابهم .

والعلاقة بين مصر وبريطانيا هى علاقة عداء قانونى . وتعتبر الدعاية لمصلحة بريطانيا خيانة وطنية ، مهما كانت ظروف الحرب ، ومهما كانت الأسباب ، فان أقل مايستطيعه شعب أعزل ، هو أن يدير ظهره لعدوه ، فيتجاهله ويحتقره ويلعنه صباح مساء .

وفى الوقت نفسه ، استمرت الدعاية الأجنبية تشتغل فى هذه البلاد على نطاق واسع ، وتحتل الصحافة، وتستخدم بعض الأقلام وتبشر من قاعة « إيورت » التذكارية ، ومن غيرها ، وصار الاتحاد المصرى الانجليزى ، اتحاداً ثقافيا ، واستمر المجلس البريطاني ، وألحقت بالسفارة الأمريكية ، مكتبة أمريكية ، وطبعت باللغة العربية مؤلفات أمريكية عن الشرق الأوسط ، كما طبعت كتب عن النقطة الرابعة ، وهكذا . وكذلك نشطت الحركة النسائية التى تطالب بالتصويت أومقاعدالبرلمان ، والسينما، ومأأدراك ماالسينما ؟ ! استخدمتها انجلترا وأمريكا هنا ، فى الحرب ، على أوسع نطاق ، واستخدمت بعد الحرب ، ومن العسير أن تميز بين فيلم تجارى ، وفيلم تريد به أمريكا مجرد الدعاية . لقد بلغت بهم القحة إلى الحد الذى جعلهم ، يعرضون فيلما عن قناة السويس فى مستهل سنة ١٩٥٣ ، لتمجيد أعداء التاريخ المصرى الحديث، وتشويه هذا التاريخ ، تمجيد دى لسيس ودزرائيلى ، وفى بلد غير مصر ، لو اعتدى على شعب ، فى فيلم سينمائى ، كما اعتدى علينا ، فى ذلك الفيلم لقامت الدنيا وقعدت ومثل ذلك كثير ، والأفلام التى عرضت خرافة الصلب ، فى الموسم الماضى ، قد أنفقت فى إخراجها الأموال الطائلة ! !



شاء الله سبحانه ، ألا يدع الفوضى السياسية التى استمرت

مائة وخمسين عاما ، تقضى على البقية الباقية من كيان مصر ، وقد هيأتها العناية الالهية ، لتكون قلعة للاسلام، ترفع لواءه ، وتنشر فى ربوع الأرض مبادئه ، فقامت ثورة ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ .

واتجهت الثورة إلى وكر الاستعمار الأول ، وهو الملك وبطانته وقصره ، فاقتلعتهم جميعا ، وطاردتهم حتى استأصلت شأفتهم ، وبزوال حكم أسرة محمد على ، وإعلان الجمهورية ، طويت صحيفة حكم أجنبي ظلوم جهول، استمر مائة وخمسين عاما ، وهذا أخلد عمل وطنى فى تاريخ مصر القديم والحديث.

وكانت الثورة ، قد استطاعت بجرة قلم ، أن تقتل الحزبية ، وتمحو الأحزاب ، وهى الركن الثانى للفساد السياسى ، وقد تنفست مصر الصعداء ، يوم أن طالعت الصحف ذات صباح ، وعرفت أنه لم تعد هناك أحزاب .

ولكن أبواق الدعاية السياسية ، لم تكن قد غيرتها الثورة ، وكانت قد تذبذبت وتشكلت ، وتلونت ، وتبارت في مناصرة الثورة ، وظن أنها قد تابت وأنابت ، وتخلصت من ماضيها ، وأضحت فى خدمة الوطن وحده . إلا أنها اشتغلت فى الظلام ، ودست سمومها بين السطور ، وظنت نفسها قادرة على أن تعيد عجلة الزمن إلى الوراء ، إلى أن كانت التجربة التى مرت بالبلاد من يوم ٥ مارس إلى ٢٥ مارس سنة ١٩٥٤ ، فخرجت بعض الأفاعى من أوكارها ، وسقط

القناع الذي كان يغطى بعض الوجوه فاتخذ مجلس قيادة الثورة قرارات حاسمة ، ومن بينها القرار ، الذى أعلن فى صبيحة ١٦ أبريل سنة ١٩٥٤ ، بحل مجلس نقابة الصحفيين، وتشكيل لجنة مؤقتة ، وتعديل قانون نقابة الصحفيين . وفى نفس اليوم نشرت الصحف بيانا وجهه مجلس قيادة الثورة إلى الشعب ، وجاء فيـه :

« وضح لجميع المواطنين ، خلال العامين الماضيين ، أن الثورة ، قد هادنت المسئولين عن الفساد ، الذى حل بالبلاد ، فى العهود الماضية ، وأعطتهم الفرصة ، تلو الفرصة ليطهروا نفوسهم من المطامع والشهوات حتى يتجه الجميع نحو بناء نهضة الأمة وسمعتها وكيانها بعد أن أوشكت على الانهيار .

« ولكن للأسف الشديد ظهر للشعب فى جلاء ووضوح كيف تكتلت صفوف المفسدين والرجعيين والمستغلين وكيف جاهروا بآرائهم فى الانتصارات التى حققتها الثورة للشعب ... توطئة لالغائها والقضاء عليها إذا عاد الحال إلى ما كان عليه قبل الثورة ، وتحققت آمال أعداء الشعب فى العودة إلى الحكم ولا شك أن الوسط الصحفى ضم عناصر شاركت فى فساد العهود الماضية ، وساهمت فى الدفاع عن أخطاء جسيمة فى حق الوطن والشعب واحترفت تضليل الرأى العام والعبث بعقول الجماهير فى سبيل المآرب الشخصية والحزبية ، التى باعدت بين الأمة وبين أهدافها ، وصرفتها عنها ، وعن الكفاح فى سبيلها

حتى كفر كل مواطن صالح غيور على كرامة وطنه ومستقبل بلاده .

الأحزاب الفاسدة

« وكان من الطبيعي أن يقترن كل إجراء للقضاء على الأحزاب الفاسدة المفسدة بإجراء مماثل في الوسط الصحفى لتطهير الصحافة ، وخلق صحافة جديدة تقوم على النزاهة ، والشرف ، والايمان بالمبادىء ، والعمل فى سبيلها مهما لوح أعداء الوطن بالذهب وبالشركات والصفقات . . .

« كان من الطبيعي أن يقترن كل اجراء لتطهير البلاد بتطهير الصحافة لأنها السلاح الذى جندته الأحزاب لتضليل الجماهير وخداعها والدفاع عن باطلها وفسادها وحياتها . . . فاغدقوا على صحفهم ورجالهم الأموال الطائلة مستغلين بنود المصاريف السرية ، حتى أن جميع العهود الماضية قد اتفقت حول هذا المبدأ ، رغم الصراع القائم بينها للوصول إلى كراسى الحكم ومغانم السلطان حيث يفتح الباب على مصراعيه للصفقات المريبة واختلاس أموال الشعب ، والمتاجرة فى أقواته ، وخدمة المحاسيب والأنصار والأصهار .

« ولذلك فقد تستر كل عهد على العهود الأخرى خشية أن ينكشف أمر الجميع وتفقد الأحزاب هذه الأموال الطائلة التى تجند فى شراء الأقلام والضمائر .

حقد أصحاب الأقلام

« ولقد اشتد حقد أصحاب هذه الأقلام المأجورة التى نشأت وترعرعت في كنف تلك الأموال المسروقة من عرق الشعب ، والتى كانت تستخدم فى تضليله وخداعه ، فاشتد تعصبهم لتلك العهود البائدة ، وظلوا يعملون بكل وسيلة على التشكيك فى هذه الثورة ، والاعتداء على أهدافها ، وإشاعة الأكاذيب والأراجيف حول رجالها . . .

« وعندما رفعت الرقابة على الصحف هبت هذه الأقلام ، وهى التى كانت تتملق الثورة ، وتسبح بحمدها ، هبت تدافع عن الفساد وعهود الفساد وتشكك فى أعمال الثورة واصلاحاتها الثورية ، حتى لقد أصبح تحديد الملكية ، وتطهير الأداة الحكومية ، ومحاكمة السياسيين المفسدين ، وإعلان الجمهورية نفسه فى نظر هذه الأقلام أعمالا غير شرعية ينبغى الغاؤها بمجرد تصفية الثورة . . .

« هبت هذه الأقلام ضد الثورة التى حرمتها من المصاريف السرية ، والتى قامت لانقاذ البلاد من الانهيار والافلاس والانحلال والفساد والذل ، تحاربها ، وتحرض علنا على القضاء على المكاسب الشعبية التى سجلتها للشعب وللشعب وحده . . . »

وقال وزير الارشاد ، فى مذكرته التى رفعها للمؤتمر المشترك، وطلب فيها الموافقة ، على إجراءات تطهير الصحافة .

« وهذا الاجراء ، له نظير ، فى كثير من الدول ، كألمانيا ، وأسبانيا ، وفرنسا . ففى ٣٠ مارس سنة ١٩٤٤ ، صدر أمر فى فرنسا بتنظيم الصحافة ، وقضى بمنع ظهور الجرائد المشكوك في ميولها ، أو ماضيها . . . الخ »

والثورة ، قد أنشأت وزارة الارشاد القومى ، لتكون الدعاية مركزة فيها ، ولتكون مرفقا مماثلا ، لوزارة الدعاية التى أنشئت فى ألمانيا ، قبل الحرب الماضية ، فهذه الوزارة ، تضطلع بأعباء جسام ، وبقى أن تدعم بأولى الخبرة الفنيـة ، على غرار ، ما جرى ، فى وزارة الدكتور جوبلز ، ويجب أن يتم ذلك ، على جناح السرعة ، ولا بأس من إرسال البعوث للخارج، لهذا الغرض . ويجب أن ننتفع بتجارب غيرنا ، وأن نضع نصب أعيننا ما ذكرناه عن فشل الدعاية فى إيطاليا الفاشية ، لأنها كانت تفتقد العنصر الفنى ، ولأنها لم تكن تدعو لنظرية سياسية ، ولم تتصل بقلب الشعب، وتستقر فيه .

وأقول على سبيل الاقتراح ، دون أن أقيد غيرى ، برأيى ، الذى يحتمل الخطأ والصواب ، قد يكون من إصالة الرأى ، أن تؤمم الثورة دور الصحف اليوميـة والمجلات الأسبوعية الكبيرة ، وهذا التأميم ليس بدعة ، بل قد يكون ضرورة تفرضها أحوالنا السياسية، وأمانينا الوطنية، وأقول أيضا إن الأقلام التى ولدت وتربت فى أحضان الماضى ، لا تصلح للحاضر ، ونحن إذ نطلب منها أن تكون أقلاما ثورية ، نطلب مالا يطاق ، فمن الخير لها أن تستريح ، وتفسح

المجال لغيرها ، ومن واجب الثورة أن تقى تفكير الشعب ، من أى رأى فاسد ، يرد على قلم أو لسان ، ولو بحسن نية .

وللثورة هدف أسمى ، وهو استخلاص قناة السويس ، وتطهير الوطن ، من المستعمر والدخيل ، وهذا يحتاج إلى تجنيد الوطن ، وتكتيل القوى العاملة لهذا الهدف الأسمى ، وكل كلام لا يؤدى إليه ، لا ينبغى أن نقرأه ، أو نسمعه ، وكل حرية ، من شأنها إضعاف العزائم ، أو إثارة روح التردد والهزيمة ، تعد حرية تنتهى بالشعب إلى العبودية ، فهى حرية محرمة ، وهى والمنكر سواء .

وثمة مسألة أخرى ، جديرة بالبحث والدرس ، ذلك أن الصحف الاحتلالية ، والانتهازية ، قد استقرت فى العهد السابق على الثورة ، وخنقت الصرخات الوطنية البريئة ، والدعوات التى لم تكن تستهدف غير مرضاة الله ، وحقوق الوطن ومستقبله ، وما فتىء بعض أصحاب هذه الدعوة يعالجون مشقة كبيرة ، فليست لديهم الوسائل والامكانيات ، التى توفرت لدعاة الشر والفساد ، كما أن عقلية القارىء قد تسممت ، وحيل بينها وبين الوطنية البريئة ، والثورة هى التى تستطيع وحدها ، أن تنتشل الصحافة الوطنية والدعوات الطاهرة ، من البوار ، الذى يلاحقها ، والمتاعب التى تتعرض لها ، وتتخذ وزارة الارشاد القومى كل ما من شأنه ترغيب المصرى ، فى الدعوات السليمة ، والرسائل التى يراد بها بناء الوطن وإسعاده .

وبقيت حملة تطهير نطالب بها ملحين، ونعنى تطهير الوطن من الدعاية الأجنبية، بمنع السفارات الأجنبية، والجاليات الأجنبية، من مزاولة أى نشاط يحمل فى ثناياه دعاية سياسية لفكرة أجنبية، أو لدولة أجنبية، سواء أكان ذلك، بالصحف أو المدارس، أو صالات المحاضرات، أو الجمعيات التى تدعو فى الظاهر لخدمة الفلاحين أو الطبقات الفقيرة، أو غير ذلك، ونطالب ملحين باصدار تشريع، يمنع أية صحيفة، من نشر أى مقال لحساب دولة أجنبية أو سياسية أجنبية، ويعاقب بالسجن والأشغال الشاقة، أى كاتب يؤلف أو يترجم أو ينشر لحساب أية دولة أجنبية أو منظمة أجنبية مهما كانت الأسباب والدوافع.

والدعاية لمصر، فى الخارج، أمر لا غناء عنه، ولكنها محتاجة إلى خبراء ومتخصصين، فلا يمكن الاعتماد، على المكاتب الصحفية التى ألحقت ببعض السفارات، فى العهود الماضية، وكانت عبئا ثقيلا على الميزانية، دون أن تعود على البلاد، بأى نفع، وخير لمصر أن تركز جهودها فى إصلاح شئونها الداخلية، وتعبئة قواها لاجلاء المحتل، من أن تبدد أموالها فى محاولة كسب أنصار ومؤيدين فى المجال الدولى، ونحن نعلم أن الضمير البشرى، قد تبلد، وأصبح العالم لا يؤمن إلا بمنطق القوة، ولا يعطف على قضية إلا إذا كانت من وراء المطالبين بالحق قوة يعتمدون عليها، ويرهبون بها عدو الله وعدوهم.

القسم الثانى

الاستعلامات

بينا فى سياق الموضوعات المتقدمة ، الفارق بين الدعاية والاستعلامات، ولم يتسع الوقت، فى مقرر هذا العام الدراسى، لتفصيل موضوع الاستعلامات ، كعمل تباشره الدولة ، ويختلف عن أعمال الدعاية ، وإن امتزجا ، فى أنظمة بعض البلاد كبريطانيا .

وإذا كنا ، قد أفردنا قسما للاستعلامات فى هذا الكتاب ، فلأننا أردنا أن نميط اللثام ، عن خطر مستطير تتعرض إليه البلاد المعادية لبريطانيا ، فى أوقات الحرب والسلم على السواء ، ومصر فى مقدمة هذه البلاد بطبيعة الحال .

وعمدتنا ، فى هذا البيان، مؤلف ضخم، ظهر أخيرا ، بعنوان « الحصر الاقتصادى » The Economic Blockade ومؤلفه W. N. Medlicott ، وهو أستاذ التاريخ بجامعة اكستر بانجلترا ، وكان فى أثناء الحرب العالمية الأخيرة ، من خبراء وزارة الحصار الاقتصادي ، التى خلقتها حكومة انجلترا ، والتى تشتغل حتى الآن ، من باطن وزارة الخارجية البريطانية .

ويقول الخبير المشار إليه ، فى مقدمة الجزء الأول ، من مؤلفه الضخم ، إن الحصر الاقتصادى معناه ، إحداث اضطراب ، فى اقتصاديات العدو ، إلى حد يعوقه عن مواصلة الحرب . ويختلف مفعول هذا السلاح الجبار ، باختلاف إمكانيات العدو ، وحظه من الاكتفاء الذاتى ، والجهات التى

يحصل منها على تموينه ، أو على المواد الخام ، وخصوصا إذا كانت هذه الجهات، واقعة وراء البحار، فتتعرض خطوط مواصلاته لأن تقطع فتقف مصانعه أو تختل آلته الحربية .

ومن أجل ذلك ، باشرت حكومة انجلترا ، بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة ، أى منذ سنة ١٩١٨ ، لونا من الجاسوسية الدولية التى ألقت بشباكها على العالم ، لتتخذ حذرها ضد أى عدوان عليها فى المستقبل، ولتكيد أشد الكيد لخصومها فى الحياة الدولية ، فأنشأت انجلترا لهذا الغرض لجنة دائمة، أطلقت عليها Advisory Committee on Trade Questions in Time of war (A .T .B) وهى لجنة متفرعة من لجنة الدفاع عن الامبراطورية (C .T .D) ووضعت اللجنة المشار إليها مشروع وزارة الحصر الاقتصادى ، وهى وزارة تشتغل بداخل وزارة الخارجية البريطانية ، وقد دعمت بمجرد وصول هتلر إلى حكم ألمانيا ، فى فبراير سنة ١٩٣٣ . ومن كبار الرجال العاملين ، فى هذه الوزارة اللورد هانكى ، عضو مجلس إدارة شركة قناة السويس ، المشرف على مكتب الشركة المذكورة بلندن ، فما هى الأعمال الاستراتيجية التى تقوم بها تلك الوزارة ولجانها المختلفة ؟ !

يستفاد ، مما كتبه ، مؤلف هذا الكتاب ، أن حكومة انجلترا قد أنشأت منذ سنة ١٩٣١ ، مركزا للجاسوسية

الصناعية اسمه Industrial Intelligence Centre ، وأحيط عمل هذا المركز بالسرية التامة ، ثم افتضح أمر هذا المكتب ، ولكن طريقة عمله والمعلومات التي يحصل عليها ، بقيت أسرارا ذات خطر بعيد ، وهذا المكتب على اتصال وثيق بوزارة التجارة البريطانية وراء البحار ، وهذا بغض النظر عن كونه تابعا للادارات العسكرية والسياسية البريطانية .

وفي أكتوبر سنة ١٩٣٣ ويناير سنة ١٩٣٤ ، وضعت عدة تقارير، تناولت دراسة إمكان الضغط على ألمانيا اقتصاديا والاستعانة بروسيا ، في هذا المجال ، وقد أصدر مجلس الوزراء البريطاني أوامره السرية ، في سنه ١٩٣٦ ، بتجربة الضغط الاقتصادي على ألمانيا .

ولا نريد أن نخوض كثيرا ، في بيان أعمال تلك الجاسوسية العجيبة ، ولكننا نكتفي هنا بالقول إن انجلترا ، تجند جميع أبنائها ، ورعاياها المنبثين ، في سائر أنحاء المعمورة ، والشركات البريطانية، ومختلف مكاتب المخابرات والجاسوسية، التابعة لها ، في تسجيل كل ما يصل إلى علمهم أولا بأول ، عن الشئون الاقتصادية أو المالية للأفراد أو المؤسسات ، أو الحكومات ، في أية جهة يعيشون فيها ، وتصل هذه المعلومات ، إلى وزارة الحصر الاقتصادي ، بطريقة أو بأخرى .

ويهم انجلترا أن تعرف عن مصر مثلا ، إلى أى مدى تعتمد على القطن ، وماهى البيوت المالية التى تتعامل مع مصر، وما هى الدول التي تحتاج إلى القطن المصرى ، وما مقدار المحصول السنوي ، وما نسبته بالنسبة المحصول العالمى ، وإلى أى مدى يستطيع الغزال الانجليزى أن يستغنى عن قطن مصر ، وهل يمكن الاستعاضة عنه بقطن السودان مثلا ، وهل يمكن سد السوق العالمية أمام القطن المصرى ، وإلى أى مدى ، وهل يحتاج الأمر وقت اللزوم إلى مساع دبلوماسية تبذل لدى بعض الدول الأخرى ، ليبور القطن المصرى ، وما هو نشاط الملحقين والمستشارين التجاريين ، فى هذا المضمار ، وفى حالة هزيمة مصر فى سوق القطن وخفض أسعاره أو بواره ، هل يكفى ذلك لاحداث أزمة اقتصادية فى مصر ، وكيف يمكن الاستفادة بالأزمة فى إحداث أزمة سياسية ، وبلبلة الخواطر، وشغل حكومة وطنية عن المطالبة بالجلاء مثلا ، أو تعريضها لحملات داخلية شديدة ، أو إسقاطها، إن كان لابد من أن تسقط ؟ !

وفيما عدا القطن ، هل تكفى الحبوب والأرز ، لتغذية الشعب المصرى ، أم أن زيادة السكان ، تضطر هذه البلاد ، لاستيراد اغذية من الخارج ، وهل تستطيع انجلترا بجهاز الجاسوسية ، أن تعرقل تموين مصر من الخارج ، أو تحدث أزمات تموينية داخلية ، وهل يتحتم أن تضغط على مصر

باتخاذ موقف معين بالنسبة للسياسة المائية ، والعلاقات المصرية السودانية ؟ !

وتعتمد انجلترا على ابواق دعايتها ، وطابورها الخامس فى ترويج الشائعات ، وإهاجة الخواطر ، وبلبلة الأفكار .

وفيما عدا الزراعة والتموين ، تبحث مسائل الصناعة فى مصر ، ومسائل التجارة والعمران بوجه عام ، فتعرف مثلا أن ذلك كله ، قد يحتاج إلى مساهمة رءوس الأموال التى تأتى من الخارج ، ولكنها تحتاج لأن تعرف بالأرقام ، من أين يأتى رأس المال ، وكيف تعمل على طرده من السوق المصرية ، وكيف تزعزع الثقة المالية ، وهكذا .

وتتناول المؤسسات واحدة ، بعد أخرى ، فتعرف أن صناعة بعينها تحتاج إلى مادة أولية ، ترد من فرنسا أو من إيطاليا ، أو من ألمانيا ، فتبحث عن وسائل رفع ثمنها ، أو منع وصولها إلى مصر فى الوقت الملائم ، أو منعها منعاً باتا ، ليتكدس إنتاج بعض المصنوعات الناقصة ، وتبور بعض الصناعات . ثم تدرس مسألة السوق المحلية ، وكيف تقتل تجارة ما فى هذه السوق ، والسوق الأجنبية . وبالجملة تتحكم فى الاقتصاد الوطنى المصرى ، وتجعله فى الأوقات العادية ، وفى الأزمات ، تحت رحمة السياسة البريطانية ، فتقبض وتبسط ، طبقا للظروف وملابسات الحال ، وتقع الأزمات ، والناس لا يعرفون أن بريطانيا هى المسئول الأول ، وأنها

تعتمد على خبرة علمائها وأساتذتها ، ونشاط أجهزة الاستعلامات والمخابرات .

وما يصيب مصر يصيب غيرها ، ولا يقتصر الأمر على بلاد كبلادنا ، بل يتناول حلفاء انجلترا وأصدقاءها قبل أعدائها ، وتأبى إلا أن تضع العالم كله تحت رحمتها ، فتجرى الدول الكبيرة نفسها فى فلك بريطانيا .

كانت ألمانيا بلدا عنيدا ، ولم تلن قناتها لانجلترا ، ولكن المخابرات الاقتصادية البريطانية ، كانت تعرف أولا بأول ، وقبل قيام الحرب ، الجهات التى تحصل منها ألمانيا ، على مادة القصدير أو على البترول ، أو غير ذلك ، وكانت تعرف بالضبط ، حاجة كل مصنع لأية مادة ، والكميات المختزنة ، والكميات المطلوبة ، ووسائل نقلها من مصادرها الأصلية ، واعتمادا على هذه المعلومات ، تصدر التوجيهات من وزارة الحصر الاقتصادى إلى وزارة الحرب أو وزارة الطيران لقطع إمدادات الصناعة الحربية الألمانية أو غير ذلك ، فتلقى انجلترا بقذائف الجو خارج ألمانيا ، وتسلط غواصاتها ، على القوافل التى تنقل الخامات إلى ألمانيا ، وهكذا إلى أن تحملها على التسليم .

المحاسبون الانجليز

وعماد انجلترا ، فى هذه الجاسوسية المنظمة الدقيقة ، مكاتب المحاسبين الانجليز ، فلا يوجد من غير الانجليز من يشتغلون

بالمحاسبة الدولية ، فى مختلف أنحاء العالم . وهـذا التخصص ليس مبنيا على تفوق فى علم المحاسبة ، ولـكنه مبنى على مكر وبراعة فى خدمة الامبراطورية .

كانت حرب فلسطين مثلا قائمة على قدم وساق ، وكانت القذائف تصنع فى مصنع أهلى بالقاهرة ، وكان هذا المصنع ، يضع أوراقه وحساباته ، فى متناول بيت انجليزى ، يشتغل بالمحاسبة . وكانت دفاتر وأوراق المصنع مصدرا تستقى منـه انجلترا أولا بأول ما تتوق للوقوف عليه من المعلومات ، والعملية فى ظاهرها محاسبة ، وجمع أرقام ، بكل ذمة وأمانة .

وأعمال البنوك ، وسائر المؤسسات المصرية ، صناعية كانت أم تجارية ، أم زراعية ، تقع فى أيدى المحاسبين الانجليز ، وتنتهى إلى وزارة الحصر الاقتصادى البريطانية ، وليس حتما أن تنقل تلك المعلومات بالبريد أو البرق من مكتب المحاسبة الانجليزى إلى مركزه الرئيسى بلندن ، ففى مصر سفارة بريطانية ، ومستشار تجارى بريطانى ، وملحق تجارى وغيرهما ، وللسفارة حقيبة دبلوماسية ، ولها أن تخابر بلادها بالرسائل الشفرية .

شركة قناة السويس

وقنـاة السويس ، هى طريق اتصال الغرب بالشرق ، ومن هذه القناة ، تحمل السفن المـارة من الجنوب إلى الشمال ،

المواد الخام من بلاد آسيا وأفريقيا ، كما تحمل البضائع من الشمال ، وتمر سفن حربية ، محملة بالجيوش والعتاد .

وتقوم شركة القناة ، بفحص حمولة السفن ، لتقدير رسم المرور ، وتدون فى سجلات ، البيانات التفصيلية عن السفن ، وما تحمله ، ولما كانت شركة قناة السويس تابعة لحكومة انجلترا بمقتضى اتفاق أبرم بين اللورد جرانفيل ، وزير خارجية انجلترا ، والشركة المذكورة ، فى ١٥ يناير سنة ١٨٨٤ ، ولانجلترا عيون منبثة فى قسم الملاحة بالشركة ، فان المعلومات الدقيقة عن السفن وحمولتها ، لابد أن تنتهى أولا بأول إلى حكومة انجلترا ، فتوجه نشاطها التجارى والاقتصادى العالمى ، فى وقت السلم ، على أساس تلك المعلومات الهامة ، وتعرف فى الحروب والأزمات ، كيف تقطع مواصلات عدوها ، وما هى بواخره وبوارجه التى تدمرها ، وكيف تفرض الحصر الاقتصادى ، على من تريد أن تفرضه عليهم .

وقد تعقدت مشكلات الحرب والسلم فى العصر الحديث ، وأضحى الصراع ، بفضل التقدم العلمى والفنى ، أشد ما يكون بين أعضاء الجماعة الدولية ، وأضحت مواد كثيرة مما يستعمل فى السلم ، فى عداد المواد الحربية ، وصارت المعلومات والبيانات عن نشاط الأفراد ، وعن المؤسسات الخاصة ، من قبيل الأسرار الحربية . ومن العبث أن نتصور أن نشاط الجاسوسية الدولية ، يقتصر على تحرى المعلومات عن الجيوش

البحرية والجوية والبرية وأسلحتها ومصـانع السلاح والذخيرة ، وخطط الدولة الاستراتيجية ، فكل شيء في حياة البلاد يعتبر من قبيل الأسرار ، ووقوف دولة أجنبية أو رعايا دولة أجنبية عليها، يعد جاسوسية مخربة ، وتهدد بشر مستطير، والجاسوسية كما ذكرنا ، تمتزج بالدعاية السياسية ، والثقافية، ونشاط الطابور الخامس . ولذلك نرى أن أول واجب على الدولة ، هو الوقاية ، وقاية نفسها ورعاياها ، ونشـاطها الاقتصادى والعمرانى ، من الطوابير الاجنبية ، كالمحاسبين الانجليز وغيرهم ، وطرد هؤلاء جملة ، ومنع وقوفهم على أى معلومات ، وذلك كله يحتاج إلى تشريع دفاعى كامل ، لايدع صغيرة ، ولا كبيرة ، إلا ويتخذ حذره دونها ؛ أما أن تترك الأبواب مفتحة ، والعيون منبثة ، وأعداء الوطن فى الداخل والخارج ، يصولون ويجولون ، ويحصلون على كل مايطلبون الوقوف عليه من المعلومات ، فنى هـذا تهديد دائم للبلاد ، ولايوجد قيد من المبادىء القانونية العامة ، يمنع الدولة ، من تطهير ديارها من الجاسوسية لحساب الأجنبى ، تطهيرا كاملا ، مهما اتخذت من إجراءات ، وضربت على أيدى العابثين بمستقبلها .

وقى الله الكنانة ، وهو وحده المستعان .

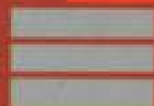
فهرست

الدعاية السياسية والاستعلام

صفحة

الدعاية السياسية من أهم وظائف الدولة، إن لم تكن أهمها على الإطلاق، ولا تنجح الدعاية إلا إذا صادقت التربة الصالحة، وكانت الظروف أمامها مهيأة، ولذلك تسبق الدعاية الاستعلامات، فالاستعلامات والدعاية السياسية لهما المكانة الأولى من نشاط الدولة الحديثة، وما من دولة كبيرة أو صغيرة إلا وعندها وزارة دعاية أو وزارة إرشاد أو إدارات استعلامات ضخمة.

الغلاف ... د. خالد سرور





www.gocp.gov.eg
www.qatrelnada.com.eg
www.althaqafahalgadidah.com.eg
www.odabaaelaqaleem.com

الثمن: ثلاثة جنيهات